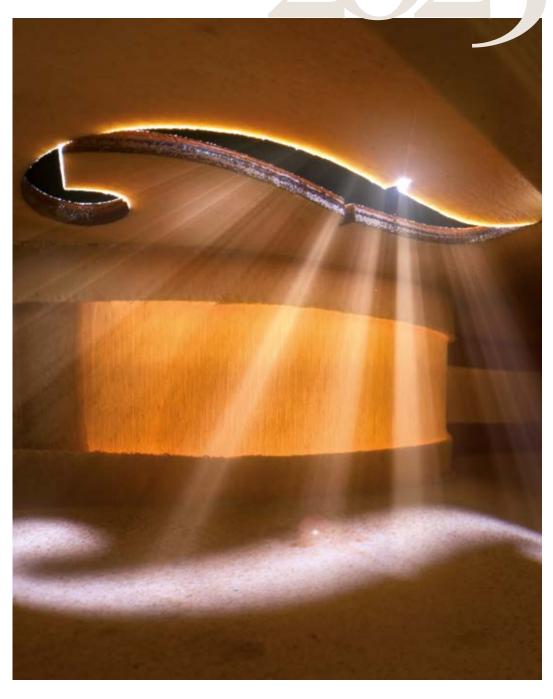
la revue des

Talents du luxe et de la création



Le Centre du luxe et de la création est le *think tank* et *do tank* de référence des métiers du luxe et de la création.

Il anime plusieurs champs d'activité:

• la réflexion prospective dont le Sommet du luxe et de la création est le moment fort qui vient de se dérouler pour la vingtième session le 15 juin 2023

• la valorisation de la création qui s'incarne par les Talents du luxe et de la création dont cette revue présente les lauréats et les nominés pour l'année 2023, distingués lors de la cérémonie qui a suivi le Sommet du luxe

• les échanges et l'initiation de projets communs à travers le Cercle du luxe qui met en scène plusieurs fois dans l'année des Entretiens du Cercle réservés aux membres



Une publication du Centre du luxe et de la création

52 rue Madame 75006 Paris contact@centreduluxe.com www.centreduluxe.com

Photo de couverture

Sans âme pas de vibrations, sans âme pas de son!
Conique, se tenant verticale par la seule pression de la table d'harmonie et du chevalet, l'âme du violon est une petite pièce d'épicéa.
Quelques grammes de bois placés avec une extrême précision pour que résonnent des notes, une mélodie depuis le corps de l'instrument.

Édition

Juin 2023 ISSN 2405-4275

Photos

Laurent Cheviet, Monique Gosselin, Yoann Jeudi, Mario Epanya, Christophe Keip, DR Partenaires, Shutterstock - Netfalls Remy Musser

Rédaction

Directeur de la publication : Jacques Carles
Supervision : Dominique Lasserre
Coordination / rédaction : Sungramma
plume@sungramma.com
Création graphique : Aurélie Bichet - Cactus
in cactus-communication-publicitaire

Fabrication

www.limprimeursimon.com Imprimé en France sur papier Bagasse meringue 250g/m² - Zuber Rieder pour la couverture et Arena Rough 90g/m² - Fedrigoni Paper pour l'intérieur.

L'imprimeur Simon à Ornans (25)







O4Introduction

O6 L'âme du luxe

07

Les Talents du luxe et de la création 2023

Le jury	p 07
Les Talents	
Talent d'Or	p 09
Prix spécial du Jury	p 10
Empreinte de l'année	p11
Prix spécial des métiers d'art	p 12
Lauréats et nominés	
Talent de l' Audace	p 13
Talent du Bien-être	p16
Talent de l' Élégance	p 20
Talent de l' Harmonie	p 24
Talent de l' Innovation	p 28
Talent de l' Invention	p 32
Talent de l' Originalité	p 35
Talent de la Rareté	p 40
Talent de la Séduction	p 44
Talent du Management	p 48

52 L'âme d'un territoire

56 Dossier

Parole d'expert	p 57
La RSE : l'exploration de nouvelles voies pour le luxe ?	p 59
La nouvelle garde du luxe	p 62
L'art de la transmission	p 65
L'âme d'une marque	p 66
Donner corps à l'âme du luxe ?	p 68



Marie-Guite Dufay *Présidente de Région Bourgogne-Franche-Comté*

La Bourgogne-Franche-Comté a l'industrie dans ses gènes

C'est une des grandes forces de notre région, qui a su préserver, consolider et développer ses savoir-faire, ses compétences, ses expertises.

Les grandes marques du luxe ne s'y trompent pas. Elles ont trouvé en Bourgogne-Franche-Comté un tissu de PME et de TPE, qui allient compétences et excellence, à même de répondre à leurs besoins si spécifiques. Certaines grandes maisons ont même choisi d'y implanter une partie de leur production: Hermès, Audemars Piguet, Breitling, Kering Eyewear... Toutefois, la majorité des entreprises de la filière sont des sous-traitants pour les grandes marques du luxe. En Bourgogne-Franche-Comté, la filière représente 480 entreprises et près de 15 000 emplois.

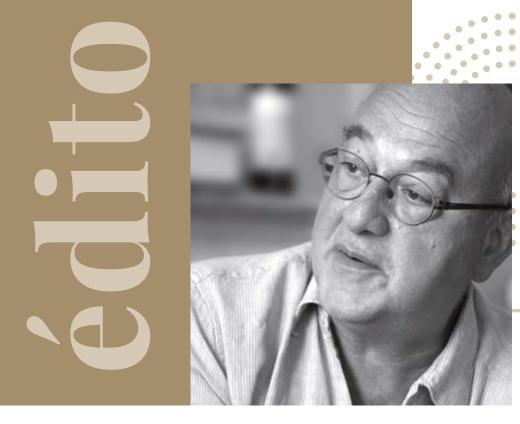
Ces entreprises ont su relever de nombreux défis. D'abord le développement et l'adaptation de leurs capacités industrielles pour rester réactives et compétitives. Ensuite, l'innovation sur les produits, sur les matières, sur leurs technologies de production, pour pouvoir proposer sans cesse de nouvelles solutions à leurs clients. Enfin, le développement des compétences et la formation pour répondre aux difficultés de recrutement récurrentes dans les métiers de l'industrie, pour éviter la disparition de certains métiers rares, mais aussi pour s'adapter aux évolutions technologiques, et anticiper en créant les formations aux métiers de demain.

En Bourgogne-Franche-Comté, elles ont su trouver un accompagnement solide, grâce notamment au programme Industrie du futur développé par la Région

pour créer les outils de productions innovants, grâce aux laboratoires de recherche qui imaginent les prochaines technologies de rupture, et aux campus des métiers et des qualifications pour former les compétences d'aujourd'hui et de demain. L'accompagnement proposé en région leur permet en outre de déployer leur rayonnement à l'international ainsi que leur mutation énergétique.

Bâti hier principalement autour des industries métallurgiques, l'avenir de l'activité industrielle de la région repose désormais sur les enjeux de transition énergétique avec l'hydrogène, de souveraineté en santé à travers les biotechnologies, et de souveraineté alimentaire grâce à la recherche agricole et agro-alimentaire. Dans cette stratégie, le luxe tient une place à part, unique, qui ne fait que s'amplifier. La filière, ancrée sur le territoire régional, que ce soit dans l'art de vivre ou l'art de l'objet, participe en effet au rayonnement économique de la Bourgogne-Franche-Comté et en partage l'ambition, tout en relevant les défis des transitions écologiques, énergétiques, et technologiques.

C'est dans cet esprit que nous sommes partenaires du Centre du luxe et de la création. En 2022, nous avons ainsi eu le plaisir d'accueillir tous les créateurs nominés et de décerner aux Lauréats leurs prix à la Saline royale d'Arc-et-Senans. Cette année, nous participons étroitement à la session 2023 du Sommet et des Talents du luxe à Paris.



Jacques Carles Président du Centre du luxe et de la création

Prééminence irremplaçable du beau et du miracle de la création

Parmi les métiers qui risquent de disparaître sous la pression destructrice d'une intelligence artificielle qui est sensée remplacer l'intelligence humaine par des intermédiaires aux noms glacants, ChatGPT ou autres chatbots, ne figurent aucun des métiers d'art, des activités qui sont sources de la création ou des services dont le raffinement exige une attention telle que la rationalité envahissante ne pourra jamais apporter cette touche délicate qui les anime. Certes toute production industrielle a ou aura à intégrer ces extraordinaires assistants que le progrès technologique met déjà ou mettra à notre disposition. Mais il s'agira de management, d'analyse marketing, de planification stratégique, voire d'outils de simulation dans tous les domaines où leur appui permettra de mieux cerner la demande ou de mieux encadrer l'offre. Nous sommes en revanche convaincus que le principe actif du luxe, la créativité et son catalyseur le talent restent et resteront indemnes de toute intrusion de cette mécanique implacable dont certains de ses promoteurs prédisent qu'elle constitue un danger majeur pour l'humanité. Apprentis sorciers ou puissances économiques dépassées par une concurrence qui gît dans leurs propres modèles de développement, nous sommes certes alertés par leur détresse, apparente ou réelle, mais nous affirmons plus que jamais la prééminence irremplaçable du beau et du miracle de la création. C'est ce qui constitue l'âme du luxe, formidable souffle qui met en scène l'excellence et porte

désormais l'exemplarité de la protection du monde à travers la préservation de l'environnement, la promotion de la diversité et l'adaptation au changement climatique. Trait d'union entre les cultures, lieux de rencontres et d'émerveillement, il invente des produits culte et met en scène l'innovation sans contrainte autre que sa détermination à ne jamais être freiné dans son imaginaire. C'est là où se joignent nos rêves et son potentiel illimité, bien supérieur à toutes les lois de Moore qui font figure de parent pauvre de la croissance.

Vous l'avez compris : je suis plus enthousiaste que jamais quant à l'infinie ressource des créateurs et au dynamisme qu'ils insufflent aux marques de luxe engagées depuis deux ans dans une progression exponentielle. La sélection 2023 des nominés aux Talents du luxe et de la création l'incarne ainsi avec une vigueur renouvelée. C'est la vingtième promotion de ces prix qui jalonnent depuis 2002 l'aventure du monde du luxe et qui représentent un kaléidoscope fascinant où voisinent la maîtrise absolue des métiers, la créativité la plus singulière et l'étonnement permanent devant l'imprévisible, dans la diversité des mondes qui composent le Luxe: mode, joaillerie, horlogerie, gastronomie, design, marqueterie, florilège des métiers d'art, parfumerie, techniques anciennes et innovations surprenantes....

Nous avons choisi une nouvelle fois d'associer la Région Bourgogne-Franche-Comté à nos travaux ainsi que d'autres partenaires prestigieux qui mesurent et apprécient notre action résolue en faveur de la création et du luxe. Un grand merci pour leur participation.



Cette année la cérémonie de remise des Talents du luxe suit le Sommet du luxe dont le thème est : quels sont les repères et les valeurs qui façonnent l'âme du luxe aujourd'hui? Les choix opérés par le jury des Talents du luxe se situent dans cet esprit et sont les réponses vivantes et actuelles aux questions qui ont été débattues et qui continueront de l'être au fil des jours.

À quelles conditions le luxe qui s'incarne dans les objets culte, les savoir-faire immémoriaux, l'excellence et la beauté, arrive-t-il à perpétuer l'âme qui l'anime depuis des siècles ? Quels sont les défis qu'il doit relever ? Est-ce que la mondialisation souvent critiquée mais considérée comme une évolution rapprochant les peuples et les civilisations ou les récents bouleversements géopolitiques auront un impact ? Et de quel ordre ? Dans sa diversité le luxe n'est-il pas devenu une succession d'émotions éphémères et d'expériences fugitives qui en atténuent la force d'attraction... ou possède-t-il une dynamique, un souffle qui lui donne la force de transmettre et d'innover ? En un mot qu'advient-il de l'âme du luxe aujourd'hui ?

Il traverse les siècles. Il est intemporel et changeant. Il est une alchimie complexe entre savoir-faire et faire-savoir qui provoque le rêve et le désir ou au contraire la critique. Le luxe marqueur d'une réussite économique, sociale et individuelle est toujours présent mais il s'est ouvert à d'autres univers. Celui des savoir-faire, de la production, de la création du beau et du bien commence à s'afficher. Un luxe universel tant il irrigue de sa créativité toute notre économie et notre culture.

À l'aune des crises et des enjeux, sa finalité ne seraitelle pas de réenchanter ou de repenser le monde? Le luxe responsable, sociétal et durable n'est donc plus une option. Mu par l'exigence du beau, ne doit-il pas aussi être l'exemple du bien? Le luxe se partage aussi. Il est, en France, en Italie, en Europe et de manière de plus en plus répandue dans le monde, le socle d'un patrimoine culturel commun, d'un « art de vivre »... et aussi d'un art de travailler ? Car à l'heure où le concept de travail est remis en cause par certains, le geste d'exception est plus que jamais source de rêve. Peut-être aussi parce que les mains pour façonner les objets viennent à manquer et qu'il faut du temps pour développer des talents? Mais aussi de l'audace pour intégrer les technologies les plus innovantes. C'est cette alliance entre tradition et nouveauté qui consolide cette âme du luxe qui habite le talent des nominés et des lauréats que nous présentons dans cette revue.

Talents du luxe et de la création

Le jury 23



Alberto Cavalli

Directeur

Fondation Cologni des métiers d'arts,
Directeur exécutif Fondation Michelangelo



Catherine Dumas *Sénatrice de Paris*



Jacques CarlesPrésident du Centre du luxe
et de la création



Alexandra d'Arnoux



Anne-Gaëlle Arbez

Coordinatrice
du Pôle Développement
AER Bourgogne-Franche-Comté



Anne Falga
Cheffe de projet, Luxe et savoir-faire
d'exception – Tourisme
AER Bourgogne-Franche-Comté



Isabelle Gex
Investisseur - EntrepreneurAdministratrice - Fondatrice de STRATLUX
ex CEO LVMH -Shiseido- Chanel



Vincent Grégoire

Directeur consumer
trends & insights
NellyRodi



Président Institut Supérieur de Marketing du luxe



Dominique LasserreDirectrice associée

Cabinet Carles et associés



Antoinette Lemens

CEO
Lemens & Partner



Patricia Martin

Journaliste
France Inter



Laurie Matheson

Expert en vins
pour les ventes aux enchères
Étude Artcurial



Armen Petrossian

Président d'honneur

Groupe Petrossian,

Président Caviar Petrossian



Mikael Petrossian
Président directeur général
Petrossian



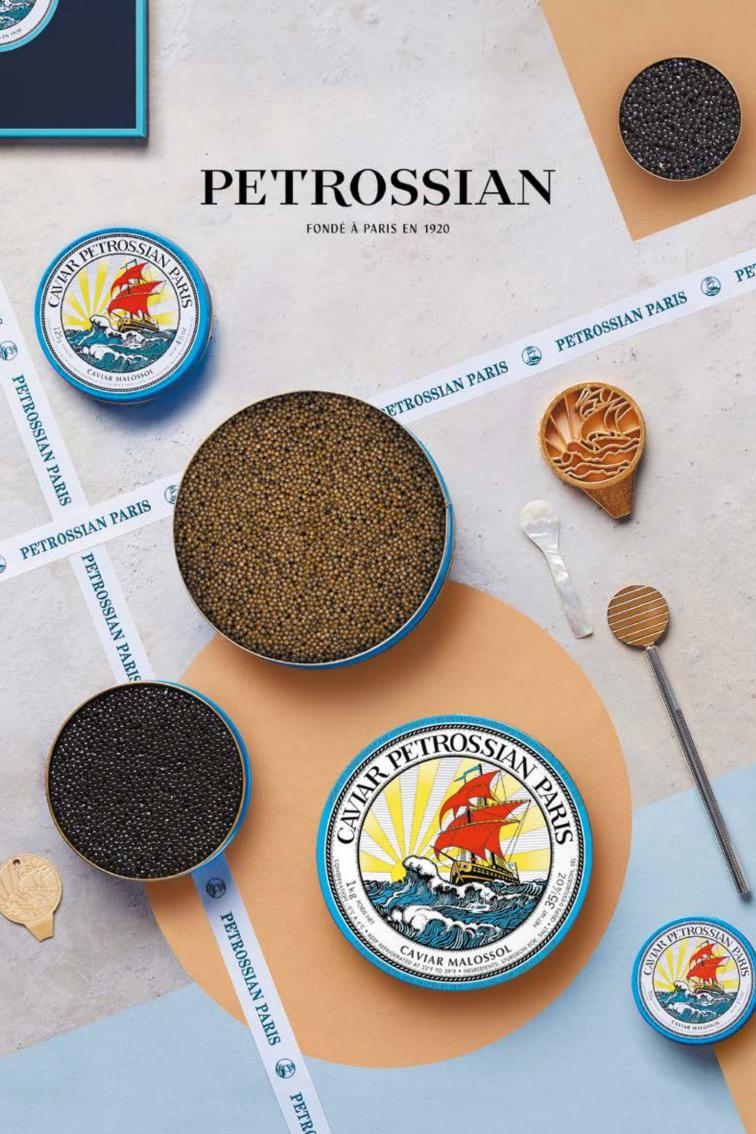
Donald PotardVice-président
International Arts Campus



Fondateur Corentin Quideau Consulting



Olivier R. Müller
Fondateur LuxeConsult



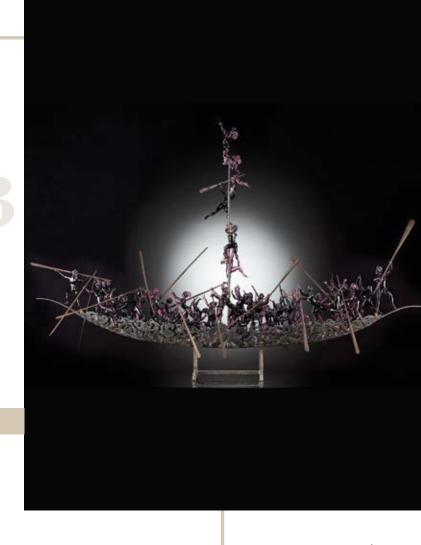
Talent d'or

Récompense une œuvre exceptionnelle, somme de toutes les valeurs de l'inspiration créatrice.





Lucio Bubacco
Souffleur de verre
Nominé Talent de l'Originalité



La fantaisie de verre

Mystérieux et fascinant, le travail du verre filé au chalumeau est un art séculaire de la verrerie de Murano. C'est dans cette atmosphère que Lucio Bubacco est né et a grandi. Ici pas de moule, pas de canne pour souffler le verre, aucune machine d'aucune sorte. Une fine baguette de verre transparent entre en fusion avec des baguettes colorées, sous la flamme du chalumeau. Le modelage peut commencer à l'aide d'outils simples, traditionnels ou inventés pour la création en cours. Le verrier étire, tourne, façonne, file la matière en la réchauffant constamment... ajoutant, ici ou là, une nouvelle goutte de verre coloré pour donner naissance à des objets de toute sorte.

C'est dans cette technique que Lucio Bubacco est devenu un Maître. Il enseigne son art au Japon, en Australie et aux USA et transmet sa passion. Il est aussi l'un des rares artistes verriers à avoir développé l'usage d'une importante palette de couleurs vives, incorporant jusqu'à cinquante couleurs dans une seule œuvre. Il entretient une relation presque intime avec la matière, les couleurs et questionne inlassablement les frontières de la chimie du verre en combinant les techniques de sa transformation.

Sous ses doigts et issus de son univers créatif personnel, naissent de nombreux personnages inspirés de la mythologie grecque, du paradis et de l'enfer ou de la Commedia dell'Arte fondus dans des structures architecturales complexes. Ses œuvres convoquent fantaisie, rêve, fantasme et érotisme. Elles interrogent ou choquent parfois tout en restant élégantes. Lucio Bubacco réussit à associer la grande originalité de ses dessins au plus pur classicisme vénitien.

Prix spécial du jury

Récompense un créateur pour son parcours exceptionnel.



Dominique LoiseauPrésidente

Patrick Bertron

Chef exécutif cuisine

Éric Goettelmann

Chef exécutif sommelier, Directeur du développement

Pascal Abernot

Directeur Hôtel Relais & Châteaux Bernard Loiseau

Groupe Bernard Loiseau

Nominés Talent de l'Audace

Était également nominé :

Elliott Barnes *Architecte d'intérieur*EBI (p 20)



Sublimer l'héritage de Bernard Loiseau

Bernard Loiseau, une signature dans la haute gastronomie française. Avoir une longueur d'avance était une obsession. En cuisine, il innove tout comme en matière de conduite des affaires : il sera le 1er chef à être côté en bourse.

2023 est une année hommage à cet emblème de la gastronomie française. 24 février 2003, dans la nuit qui suivit son décès, Dominique, son épouse, décide de poursuivre l'activité du restaurant la Côte d'Or 3* et de son hôtel Relais & Château à Saulieu. Faire vivre l'héritage s'est imposé pour Dominique Loiseau accompagnée de Patrick Bertron second de cuisine et d'Éric Goettelmann le sommelier. Ils sont rejoints par Pascal Abernoten maître d'hôtel qui prend la direction du Relais Bernard Loiseau en 2006. Tous les quatre partagent une grande admiration pour le chef disparu, une loyauté indéfectible pour sa philosophie.

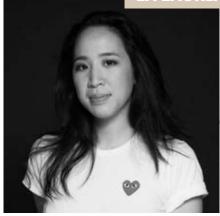
La route est semée d'embûches, mais l'équipe a su les surmonter et développer un groupe qui se compose aujourd'hui de quatre restaurants et trois étoiles au total, un bistrot, un hôtel-spa Relais & Château 5* et un hôtel de charme. Loiseau des Vignes est ouvert à Beaune en 2007, il est le premier restaurant en Europe présentant soixante-dix vins au verre. En 2013, Loiseau des Ducs est ouvert à Dijon. Le spa, la Villa Loiseau des sens obtient les meilleures distinctions après sa création en 2017. Et le 21 avril 2023, Loiseau du Temps a été inauguré à Besançon. Le chef est Blanche Loiseau, la cadette de la famille, tandis que Bérangère, sa sœur aînée assure la vice-présidence du groupe.

Assurément, il fallait de l'audace pour poursuivre et développer avec une telle réussite l'œuvre initiée par Bernard Loiseau.

Empreinte de l'année

Attribuée à un créateur qui marque son temps.





Céline Pham *Cheffe*Céline Pham **Nominée Talent de l'Invention**

Etait également nominé :

Walid Akkad Joaillier Walid Akkad (p14)



La cheffe nomade

Céline Pham est une cheffe française reconnue pour sa cuisine inventive et créative. Diplômée de l'École Ferrandi à Paris, elle travaille dans plusieurs restaurants parisiens, tels que Le Pré Verre, Ze Kitchen Galerie, Izakaya Issé, Bizan et cuisine pour plusieurs résidences, notamment à Sao Paulo, Melbourne, Rome et Londres, ce qui lui a valu le surnom de « cheffe nomade ». En 2014, Céline fonde sa société, Phamily et s'établit en tant que cheffe indépendante, créant des menus sur-mesure pour des événements privés tels que dîners à domicile, vernissages, cocktails et mariages. Elle œuvre également pour des marques de renom telles que Chloé, Ruinart, Hermès, Aesop et Comme des Garçons, entre autres. La cheffe est connue pour son art culinaire unique qui marie ses racines vietnamiennes à la gastronomie française. Elle décrit sa cuisine comme une recherche constante d'équilibre, où l'émotion et l'invention tiennent une grande place. Ses plats sont marqués par des combinaisons de saveurs inhabituelles, qui marient harmonieusement des ingrédients de cultures différentes pour offrir une expérience gustative unique. En 2019, Céline ouvre le restaurant éphémère Tontine à Paris. Elle participe également au Grand Gelinaz Shuffle, ainsi qu'à la seconde édition du « Dîner de la Création » au Palais de Tokyo, et crée des dîners privés pour Schiaparelli, ACNE, AD, Vanity Fair. En 2020, la cheffe remporte le Grand Prix Fooding des 20 ans. En 2022, elle ouvre son premier restaurant permanent, Inari, à Arles. Une nouvelle étape dans sa carrière de cheffe passionnée et créative qui continuera d'explorer de nouveaux horizons culinaires tout en défendant une cuisine juste et responsable.

Prix spécial des métiers d'art

Décerné à une créateur qui magnifie les savoir-faire des métiers d'art.





Mauro Lorenzi

Lorenzi Milano

Nominé Talent de l'Élégance

Était également nominé :

Frédéric Mané *Designer haute joaillerie*(p. 37)



L'élegance du nécessaire

Le nom de Lorenzi est synonyme d'excellence légendaire dans le monde de l'artisanat de luxe. Ce savoir-faire se transmet de génération en génération dans la famille depuis 1919, année pendant laquelle Giovanni Lorenzi est arrivé à Milan et a commencé à travailler les couteaux.

Mauro Lorenzi est la 3e génération à la tête de l'entreprise familiale Lorenzi Milano, anciennement G. Lorenzi. Une entreprise qui, depuis 1929, fabrique des outils du quotidien, initialement pour les gentlemen, et qui se modernise aujourd'hui pour également fabriquer des outils du quotidien destinés aux femmes. On peut y trouver des kits à raser, des couverts, des trousses de toilettes et des kits de voyages, des pipes, etc. Tous les outils sont fabriqués à partir de matières naturelles nobles de très haute qualité, telles que l'ivoire, les cornes de gazelles, les bois de cerfs, le cuir de crocodile, les nacres d'Australie, de Tahiti et des Fidji...

Cette esthétique de l'élégance dans la simplicité et la beauté des matières naturelles lui a été transmise par sa famille originaire des vallées du Trentin. Dans cette région les gens se contentaient du nécessaire et respectaient la nature. Ils aimaient les outils de bonne qualité, d'où cette recherche de l'excellence chez les Lorenzi. Mauro perpétue et transmet cet amour pour l'excellence à ses deux filles qui sont également ses associées, l'une étant responsable du développement des produits et l'autre, du développement de la marque. Parmi ses clients prestigieux, on peut citer Johann Rupert, Marc Newson et feu le prince Philip, sans compter de nombreuses célébrités.



Talent de l'Audace

Le lauréat

Rogan BrownSculpteur de papier

Sculpteur sur papier

Le papier est généralement le médium sur lequel l'art apparaît. C'est d'ailleurs par hasard qu'il est devenu œuvre d'art entre les mains expertes de Rogan Brown.

L'artiste anglo-irlandais a installé son atelier à Nîmes en raison de la qualité de la lumière. Il dessine, découpe à la main au scalpel ou par laser puis assemble et superpose chaque feuille, incroyable dentelle éblouissante de détails, en sculptures 3D.

Apparaissent alors des récifs et des jardins coralliens mais aussi des cultures de cellules observées au microscope réinterprétées et qui questionnent. Ainsi inspirées de la microbiologie, de la bactériologie et de la biologie marine, les sculptures de papier offrent au regard une métaphore visuelle de la beauté, de l'immensité, de la complexité et de la fragilité de la nature. Rogan Brown voue son talent à la découverte de ce matériau du quotidien dont il repousse inlassablement les limites. Si ses sculptures révèlent toute la poésie d'un médium qui offre délicatesse et force, fragilité et durabilité en écho avec la nature dont il est issu, ses travaux sont basés sur une collaboration avec de nombreux scientifiques d'un Wellcome Trust, une fondation dédiée à la recherche en santé humaine anglaise et plus récemment de la Harvard University's Microbial Sciences Initiative.

Sculptures, tableaux, et bas-reliefs ont pris place au sein des collections des hôtels du Four Seasons Group, du Maybourne Hotel Group London ou encore de collections privées.

En 2021, la collaboration Rogan Brown et Iris van Herpen offre, à l'occasion de la Fashion week de Paris, trois modèles créés pour la collection *Earthrise* illustrant la philosophie de la créatrice haute couture.



Talent de l'Audace Les nominés 2023



Walid Akkad | Joaillier

Des sculptures qui se portent

Novembre 2022, Walid Akkad expose au salon Fine Arts à Paris un bestiaire de vingt-et-un animaux tantôt bagues, tantôt sculptures... Éditées en trente exemplaires en or rouge, on reconnait un oiseau, un lapin, une chouette, un dauphin.... Un aplat sur l'anneau de la bague permet au bijou de tenir sur sa base pour devenir sculpture, l'animal se dessine alors. Il disparaît presque lorsqu'il est porté au doigt pour ne laisser apparaître qu'une forme abstraite. Chaque bague est travaillée pour refléter la lumière: poli miroir brillant, surfaces brossées finement à la main ou sablées pour ajouter un reflet, une texture.

Avec cette collection, Walid Akkad ouvre un nouveau chapitre de sa vie de joaillier. Né au Liban, très tôt le dessin l'attire. Il hésita entre l'architecture et le bijou. Sa vocation se transforme en métier lorsqu'il entre à la Haute École de Joaillerie à Paris en 1982. Et s'il a choisi le bijou, l'architecture continue de le passionner. Le végétal et aujourd'hui l'animal font aussi partie de son inspiration.

Walid Akkad crée des bijoux dont il signe toutes les étapes de fabrication qui suivent trois principes fondamentaux: définir une architecture précise, choisir des pierres rares et dompter la lumière. Chaque bijou qu'il signe est né d'un mouvement et d'une harmonie issue du choix d'un dialogue vivant entre le métal précieux et la pierre. Le joaillier recherche dans les pierres le petit défaut qui rendra le bijoux unique, singulier... à condition que la couleur soit exceptionnelle!

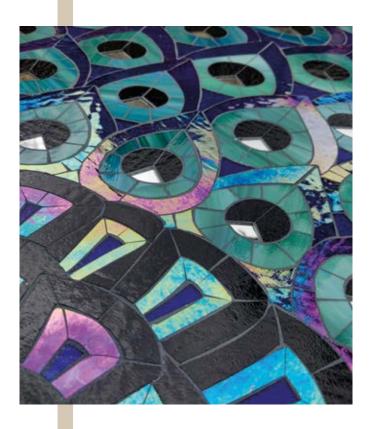
Portés, les bijoux aux formes pleines, aux angles vifs ou aux courbes sinueuses de Walid Akkad attirent le regard, reflètent la lumière et envoûtent par la profondeur de leurs couleurs.



Talent de l'Audace Les nominés



Myriam Hubert *Marqueteuse de verre*



Marqueterie de verre

Elle se joue de la matière : le verre. Elle joue de la lumière : feuille colorée, irisée, inclusion de pièces de miroir. Destinées aux intérieurs résidentiels et hôteliers, ses compositions murales sont réalisées selon un concept unique qu'elle a élaboré au fur et à mesure de ses recherches artistiques.

Myriam Hubert réinvente les techniques entre le travail du vitrail et de la mosaïque. Ses compositions sont inspirées du langage floral et géométrique de l'Art Déco et aussi de ses voyages.

Distinguée par la Fondation EY pour les métiers manuels puis par le concours des Ateliers d'Art de France de la région Occitanie, plusieurs de ses tableaux ont été intégrés à une exposition vente au sein de la Librairie des Arts du Royal Monceau Raffles à Paris.

En 2023, elle débute une collaboration avec Cartier: un parement mural de 2,80 mètres de haut et 2,40 mètres de large composé de 1 200 étoiles en verre dont le design reprend celui d'un boitier de cigares inspiré des Arts de l'Islam. Il est conçu pour l'espace mariage de la boutique Cartier de Riyad en Arabie Saoudite.

Autodidacte, Myriam Hubert réenchante la marqueterie de verre. Elle qui a commencé sa vie professionnelle en travaillant pour des organisations humanitaires dans des contextes de crise. C'est au Liban qu'elle fait la rencontre avec le travail de la mosaïque. Elle observe... elle sent que son destin est peut-être là. De retour en France, elle s'initie aux techniques de taille et à l'art du ciselage. D'apprentissages en réalisations, elle choisit le verre qu'elle associera à la mosaïque.



Talent du **Bien-être**

La lauréate

Sophie Théodose *Enlumineuse contemporaine*

Le nouvel âge de l'enluminure

C'est en 2005 que Sophie Théodose se forme à l'enluminure après une carrière de quinze années dans le monde de la mode et de la haute-couture.

Auprès de Benoît Cazelles, maître enlumineur, elle fait son apprentissage et découvre que cet art ancien se prête naturellement à la création contemporaine. Commence alors le dialogue entre le parchemin, les couleurs et l'or. Son processus créatif est une savante combinaison de réflexion, d'observation et de compréhension. Elle joue avec les coloris et les textures du parchemin. Elle marie des couleurs chatoyantes aux noms qui font voyager. Avec l'or,

- dorure, encre ou feuille -, elle apporte la touche finale, la lumière, l'éclat. Elle travaille le parchemin en volume. Elle compose avec le papier mâché et d'autres matériaux. Elle découpe, peint, assemble.

Tableaux et sculptures, panneaux décoratifs et luminaires, vases et objets... chaque pièce se prête à cet art, donnant une vie à l'enluminure nomade, en dehors des livres. L'univers de Sophie Théodose est un savant dosage de finesse et d'élégance, de douceur et de lumière, d'histoire et de modernité, de tradition et de créativité. Elle ne s'interdit rien. Ses œuvres se font remarquer tant son art médiéval devient contemporain entre ses mains. Membre des Ateliers d'Art de France depuis 2009, ses œuvres sont référencées par la Fondation Michelangelo puis dans le guide Homo Faber et exposées à la biennale de Venise en 2022. Parallèlement la Fondation Rémy-Cointreau finance l'achat de matériel indispensable au bon fonctionnement de son atelier.

Quatre de ses sculptures iront orner le restaurant SoFleur à Riyad créé par la princesse Sora Saud.



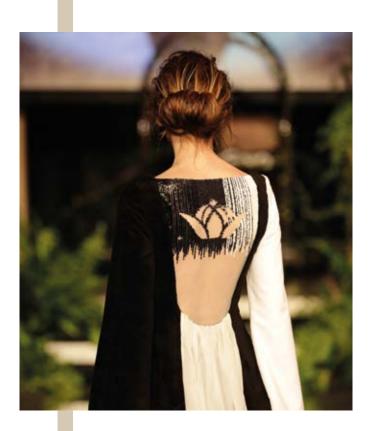


Talent du Bien-être Les nominés 2023



Riadh Bouaziz

CEO RKF Group



L'ambassadeur du bien-être durable

En moins de vingt-cinq ans, Riadh Bouaziz a transformé RKF Luxury Linen, la société qu'il a créée à Belfort, pour en faire un des principaux leaders de la conception et la fabrication de linge de maison haut de gamme. De la chambre à la salle de bain puis se déployant avec succès vers le wellness, il équipe les hôtels les plus prestigieux dans quatrevingt-cinq pays dans le monde, tels que le Burj Al Arab Jumeirah à Dubaï, unique hôtel sept étoiles, ainsi que les résidences, yachts et jets privés.

Les équipes R&D de l'entreprise s'appuient sur l'imagination fertile du dirigeant, les savoir-faire sauvés par le rachat de la dernière usine textile de Luxeuilles-Bains, un des berceaux de la dentelle française, et son envie de créer des produits source de bienêtre pour les utilisateurs mais aussi pour la planète. En effet, les nouvelles matières créées par RKF associent douceur au toucher, confort, légèreté et sont également vertueuses avec des durées de vie allongées, des consommations en blanchisserie réduites. Aux noms évocateurs de Dreamsoft® et Timeless®, les étoffes protégées par des dépôts de brevets, sont plébiscitées par les centres de spa et de bien-être tels que Guerlain, Dior, Givenchy, Bulgari... et ont obtenu de nombreuses récompenses et prix au cours des dernières années.

Riadh Bouaziz diffuse dans le monde entier une nouvelle conception du bien-être alliant confort et élégance, douceur et raffinement sollicitant les sens et trouvant son inspiration dans le monde de la haute-couture. Il est membre d'honneur Spa-A et ambassadeur du Global Wellness.

RKF Luxury Linen sublime le linge de maison et est ainsi devenue la marque ambassadrice de l'art du bien-être « à la française » dans le monde.



Talent du Bien-être Les nominés



Anne Flipo Maître parfumeur



La magie d'un parfum

La puissance d'un sillage, d'une note florale, la délicatesse d'une fragrance comme une invitation au voyage... là est la magie d'un parfum, là est l'univers d'Anne Flipo, maître parfumeur.

Anne a grandi dans un jardin dans lequel poussaient des fleurs toute l'année. Aujourd'hui encore, elle laisse ses mains vagabonder au milieu des aromatiques et lui rapporter leurs notes olfactives.

Elle aurait dû être ingénieur, elle choisit de faire ses études à l'ISIP où elle rencontre Jean-Louis Sieuzac et Michel Almairac qui la forment. Sa carrière débute dans des petites structures. Elle apprend à jongler avec les ingrédients, les matières premières; elle s'essaie à réfléchir à jouer avec les naturels... là est toute la magie du parfum. Comme l'alchimie d'une potion ou d'un filtre, il faut trouver les équilibres justes et suivre son intuition. Chiffon Sorbet pour Escada, la Chasse aux papillons, l'interdit de Givenchy... Anne Flipo trace son propre chemin.

En entrant chez IFF, elle collabore avec d'autres parfumeurs. L'Homme d'Yves Saint- Laurent, Lady Million, La Vie est belle, Invictus... Anne Flipo signe des collaborations au parfum universel.

Elle est aujourd'hui l'un des grands noms de la parfumerie, elle a qui l'on avait dit « une femme parfumeur, certainement pas! ». Elle a créé son officine, sa maison de parfumeur dans le Pas-de-Calais, sa région de cœur.

Maître Parfumeur, cela signifie que l'on a atteint un niveau de maîtrise et que l'on peut transmettre. Dans son atelier, elle enseigne la façon de faire éclore les jeunes talents. « Créer, c'est se trouver. » Anne Flipo poursuit sa quête d'un chef d'œuvre.



Talent du Bien-être Les nominés 2023



Chen Xing *Directrice artistique indépendante*

ICICLE (





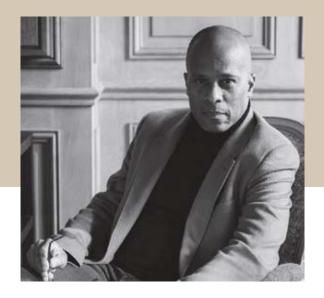
Rendre visible l'harmonie entre l'homme et la nature

Après un Bachelor de styliste à Shanghaï et un Master à l'École Intuit Lab, Chen Xing débute sa carrière de graphiste et de directeur artistique. Elle travaille avec Neville Brody, l'un des designers et directeurs artistiques les plus reconnus de sa génération, au sein du Research Studio Agency à Londres et à Paris. Chen Xing contribue à la création des identités visuelles pour de nombreuses marques de luxe telles que Dior, Kenzo ou Chloé.

Ses créations pour ICICLE contribuent à positionner la marque comme l'une des plus importantes marques chinoises de mode durable. Chen Xing travaille avec les équipes chinoises et françaises et permet de rendre visible l'harmonie possible entre l'homme et la nature. En 2022, la marque choisit de contribuer à la préservation d'une ressource précieuse : l'eau. Les visuels qui présentent la collection printemps / été célèbrent la fluidité, l'innovation par le choix d'une palette de couleurs naturelles, d'une grande sobriété. Les compositions jouent avec les éléments et créent le lien entre la marque et sa raison d'être : contribuer au bien-être de la planète.

Au fil du temps, la jeune directrice artistique étend son expertise au packaging, à la haute joaillerie, aux cosmétiques et collabore avec Louis Vuitton, Paco Rabanne, Sonia Rykiel ou encore l'agence BETC Design. Ses créations transmettent sa passion et affirment sa quête: inscrire l'histoire d'une marque dans une vision contemporaine et positive où l'artisanat et l'homme occupent une place centrale.

Son travail, à la frontière de la poésie et de l'art, fait le lien entre la mode et la culture pour créer des expériences émotionnelles pleine de sens dans une ère numérique.



Talent de l'Élégance

Le lauréat

Elliott Barnes

Architecte d'intérieur EBI

La simplicité de l'élégance

L'agence EBI pour *elliott barnes interiors* fêtera ses vingt ans en 2024. Depuis 2004, l'agence est sollicitée pour travailler sur des projets d'exception en Europe et jusqu'au Japon.

Elliott Barnes est considéré comme l'un des cent meilleurs décorateurs du monde. Diplômé en 1985 d'un Master en architecture et urbanisme à la Cornell université de New York, l'architecte a collaboré avec l'Agence Arthur Erikson à Los Angeles et dirigé l'agence d'Andrée Putman de 1997 à 2003.

Elliott Barnes investit l'espace d'une façon unique. Résidences privées, espaces institutionnels, hôtels, restaurants, boutiques racontent ainsi une histoire, leur histoire. Chaque projet naît d'un dialogue permanent. L'architecte d'intérieur crée des univers graphiques, engage une approche éclectique, épurée qui épouse l'identité des lieux. Utilisation élégante des détails, il met en scène les textures, la lumière et les nuances chromatiques de telle sorte que chaque lieu unique fait rimer simplicité et sophistication.

Son approche innovante du luxe s'appuie sur la créativité des artisans et fournisseurs avec lesquels il travaille. Fervent amateur de l'artisanat d'art français, il crée des objets exclusifs, emploie des matériaux insolites, inédits. Une collection d'appliques et de lampes en œuf d'autruche pour Tisserand Art & Style, une collection de tapis pour le showroom parisien de Tai Ping ou la collection *Dellipse* imaginée pour la Maison Christofle. Les clés du succès? Des matières singulières, une créativité qui puise dans l'histoire et la tradition française des arts décoratifs en résonance avec l'actualité et en association parfaite avec des artisans inventifs.





Talent de l'Élégance Les nominés 2023



Vincenzo Barbini Verrier Giovanni Barbini Verrier



Le reflet de la passion

Leur art est issu d'une tradition qui a fait prospérer Venise. Car si le miroir n'est pas une invention vénitienne, c'est bien à Venise que les techniques, les outils, les machines, les matières et les styles ont été inventés. Giovanni et Vincenzo Barbini sont spécialisés dans l'art de la gravure sur verre et la restauration de miroirs. Représentant la troisième génération, ils sont les passeurs d'une tradition familiale qui remonte à 1927, en partageant une immense passion, des connaissances acquises au fil du temps et des techniques perfectionnées au fil des expériences et des innovations.

Conscients de leur héritage familial et culturel, Giovanni et Vincenzo Barbini sont devenus Maîtres alliant process traditionnels, nouvelles techniques et travaillant avec de jeunes designers pour réinventer les procédés d'argenture, de gravure tout en combinant le moderne et l'ancien.

Giovanni dessine, coupe, sculpte. Vincenzo assemble et veille aux finitions... Une production singulière à la frontière de l'art et de l'artisanat, pour parvenir à un résultat qui réunit la perfection de la surface, la transparence et des encadrements ornés de feuilles, de fleurs colorées sculptées dans le verre ou gravés de motifs.

Les miroirs Barbini sont connus dans le monde entier : palais, hôtels de luxe et palaces, résidences particulières en Thaïlande, au Japon, en France, en Allemagne, au Maroc, aux Émirats Arabes Unis... et bien sûr, ils ornent les murs des plus prestigieux lieux en Italie : l'Hôtel Palazzina Grassi, l'Hôtel Cipriani et le Palais Gritti ainsi que le siège des fondations telles que celui de la Biennale de Venise.



Talent de l'Élégance Les nominés 2023



Marc de Luca

Maître tailleur

Julien de Luca

Maître tailleur

Charles de Luca

Maître tailleur

Clara de Luca

Directrice communication



L'art d'un tailleur de légende

Le goût de l'élégance en partage. Il faut au minimum 80 à 100 heures et cinq personnes pour confectionner un costume Camps de Luca. Une élégance naturelle travaillée avec la plus minutieuse précision, une ligne particulière qui sublime l'harmonie de la silhouette et du vêtement, un sens des détails qui s'imprègne des souhaits du client, de sa culture et de son mode de vie, telles sont les marques d'attention particulières de la création d'un costume sorti de l'atelier de la place de la Madeleine. L'élégance masculine a un nom! Camps de Luca habille sur-mesure une clientèle internationale de personnalités, de rois, d'acteurs...

La création de Camps de Luca est le fruit de la rencontre et de l'association, en 1969, de l'italien Mario de Luca et de l'espagnol Joseph Camps, deux talents complémentaires de l'art tailleur. Depuis Camps de Luca est reconnu comme le tailleur légendaire de l'école parisienne. Marc de Luca a su faire briller et perpétuer le savoir-faire hérité de son père Mario de Luca en France et à l'étranger.

Mais l'une des plus grandes fiertés de Marc de Luca est d'avoir ses trois premiers enfants Clara, Julien et Charles auprès de lui.

La troisième génération pose un regard nouveau sur le métier. Un héritage familial immuable mais en phase avec son époque, une passion en mouvement. Après des débuts de carrières brillants dans la finance pour Julien, dans l'art de la gastronomie pour Charles et en agence de conseil en marketing et communication en Asie pour Clara, les trois enfants de Marc de Luca développent l'atelier familial et le font rayonner. Les trois maisons, Camps de Luca, Atelier de Luca et Stark and Sons écrivent les nouveaux chapitres de la légende.



Talent de l'Élégance Les nominés 2023



Pascal Pouliquen

Directeur général
Codimat Collection



Les orfèvres du sol

Palais officiels et maisons historiques, grands restaurants et nobles demeures sont les terrains de prédilection de la maison Codimat, éditeur de tapis et de moquettes haut de gamme en dalles sur-mesure.

En 2019, dans le cadre d'Art Brussels était présentée une installation d'Alexandre-Benjamin Navet reposant sur un sol décoratif inspiré de Matisse composé de dalles de moquette sur lesquelles était disposé un tapis. Depuis, une collection est née.

La philosophie de la maison Codimat tient dans cet exemple: donner à voir le beau en laissant s'exprimer l'inventivité et la créativité des artistes d'aujourd'hui et d'hier. À l'instar de Madeleine Castaing, disparue en 1992, véritable idole de la maison. Le style chic et éclectique de cette décoratrice parisienne qui fut l'amie de Cocteau ou de Picasso – feuilles de bananier, fleurs tropicales, fauves dans la savane, en symboles de son exubérance - a donné naissance à une gamme de tapis créés par des artistes comme : Yves Taralon, Catherine Gran, Mattia Bonetti, Soline Canovas, Pernille Picherit, Bela Silva, Eliza Lussato et Christelle Téa... Leurs clients sont prestigieux: hommes d'État, stars du cinéma, ambassadeurs, entrepreneurs et grands du monde du luxe, de Yves Saint Laurent à la maison Vuitton.

Mais Codimat ne serait pas ce qu'elle est aujourd'hui sans Pascal Pouliquen qui a repris l'entreprise en 2008 et qui se passionne pour des créateurs, musiciens et artistes en devenir. Notamment avec un partenariat avec la Villa Noailles et la Design Parade Toulon, mais aussi dans l'univers de la musique, avec la Fondation de Lacour - petite Villa Médicis au cœur de la Franche-Comté - dont il est Président.



Talent de l'Harmonie

2023La lauréate

Odile Dhavernas

*Directrice associée*Manufacture de Tapis de Bourgogne

Harmonie tissée main

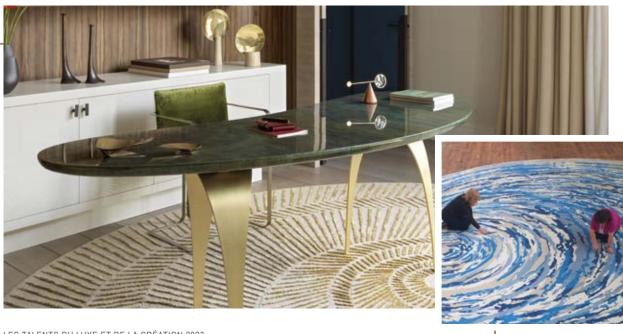
L'harmonie du geste. Ce sont les mains qui guident le travail, mêlent les couleurs, les fils et les techniques. Laine, soie, sisal, bambou, raphia, coton et toute matière pouvant être mise en fil prend ainsi forme pour devenir un tapis dessiné ou texturé, tissé ou tufté, classique ou contemporain, à usage précieux ou fonctionnel. Chaque fabrication est unique.

L'harmonie des couleurs. Une collection de plus de 3 000 couleurs offre la même palette qu'un artiste post impressionniste. Tapis signés par Sonia et Robert Delaunay, Mondrian, Modigliani, Zao Wou-Ki, Vasarely, Keith Haring... Tapis pour satisfaire les meilleurs décorateurs et architectes d'intérieur: Andrée

Putman, Pierre Paulin, Jean-Michel Wilmotte, Philippe Starck et Peter Marino.

L'harmonie d'un lieu. Le tapis reflète la lumière, apporte de la chaleur, adoucit le son, il donne son harmonie à un lieu. Faste des grands hôtels tels que le Plaza Athénée, le Prince de Galles, le Hameau Albert 1er, The Connaught... luxe des boutiques Dior, Chaumet, Jimmy Choo, Chanel, Louis Vuitton, Fred... ou encore ambiance feutrée pour l'Élysée, les parlements de Berlin et de Berne, l'Assemblée nationale.

L'harmonie d'une reprise. Forte d'une expérience dans le monde du luxe et de sa collaboration avec Kenzo Takada, Odile Dhavernas fait renaître la Manufacture de Tapis de Bourgogne. Elle s'entoure de partenaires sélectionnés, de l'expertise de Fabienne Bonnamour, artisan tufteur-tisserand, et des compétences de Claire Douerin designer textile et coloriste. L'édition de tapis d'artistes et de designers contemporains se poursuit en collaboration avec Damien Langlois-Meurinne, Pierre Yovanovitch, Bismut&Bismut, Terence Mesguish, Elsa Barbillon...





. . .

Talent de l'Harmonie Les nomin



Mathisse Dalstein

Artiste et designer



Le bois n'est jamais obsolète

Des formes contemporaines et géométriques qui semblent s'emboîter comme les pièces d'un puzzle donnent naissance à un mobilier signature. Chaque table, bureau ou étagère est composé de fragments de matières et de couleurs, fruit d'un assemblage minutieux en quête d'harmonie.

Un travail de marqueterie en volume qui s'accorde avec toutes les essences de bois nobles ou ordinaires, bois massifs ou agglomérés, formica ou bois exotiques...

Mathisse Dalstein a trouvé sa raison d'être entre art, artisanat et design mais surtout en redonnant une vie à des rebuts de bois qu'il trouve au centre de tri Emmaüs de Norges-la-Ville, tout proche de Dijon. L'artiste ébéniste y puise son inspiration. Chaque pièce est par essence unique portant des marques d'usure, les traces d'une histoire. Certaines sont centenaires, toutes ont «un grain», une particularité. Ces fragments usés, patinés, imprégnés, blessés... de chêne, noyer, érable, ou frêne... composeront une nouvelle esthétique éthique et tiendront leur rôle dans une nouvelle histoire. C'est une forme de renaissance artisanale par le talent créatif qui s'inspire de l'histoire des matériaux et des objets.

Les créations de Mathisse Dalstein ont été remarquées par le groupe Edmond de Rothschild Heritage et apportent leur patine au Palacio Samaniego en Espagne ou encore au Four Seasons de Megève.

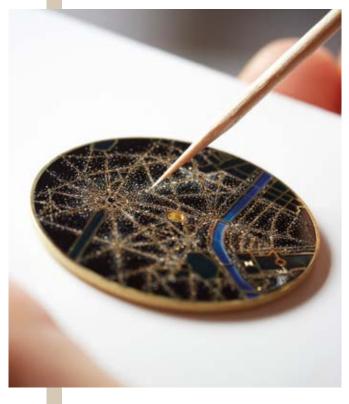
À 31 ans, le jeune ébéniste se trace une voie militante dans l'univers de la création de mobilier rare. Depuis son atelier au cœur des montages du Jura, où les forêts ont façonné toute une économie, il œuvre pour une réincarnation poétique des bois qui ont été coupés.



Talent de l'Harmonie Les nominés 2023



Yoko Imai *Peintre calligraphe*



Calligraphie en lumière

Yoko Imai, artiste japonaise vivant à Paris depuis 2006, est une calligraphe d'exception. Elle pratique la calligraphie japonaise et la peinture dès l'âge de cinq ans. Elle a approfondi sa technique auprès des plus grands maîtres nippons, et, parallèlement à des études de philosophie zen et d'histoire de l'art à l'université, elle a obtenu le diplôme d'État de maître de calligraphie japonaise.

Suite à des recherches et expérimentations personnelles, elle réinvente la calligraphie et la fait entrer dans le 21^e siècle en maîtrisant les caractéristiques des poudres précieuses et mettant au point une technique artistique unique dans le monde.

Elle puise dans sa connaissance de la calligraphie mais aussi dans la pratique du maki-e, l'art de décorer des objets en laque avec de la poudre d'or et de platine, pour créer son style, tout en l'agrémentant d'autres techniques comme le pointillisme européen.

Son style de peinture repose sur le mélange d'encre perlée avec une certaine quantité de poudre de diamant. Elle maîtrise également l'art d'appliquer des poudres de métaux et d'autres pierres précieuses sur des surfaces différentes comme des cadrans de montre, et réalise des créations exclusives pour les maisons de haute horlogerie et joaillerie les plus prestigieuses, telles que Vacheron Constantin.

La musique classique, contemporaine et le jazz sont une source d'inspiration majeure pour ses tracés et la composition de ses calligraphies.

À son actif de nombreuses expositions, en France principalement, mais aussi au Japon, aux États-Unis, en Chine... et à Venise pour Homo Faber, sélectionnée comme « Maître Artisan » par la Fondation Michelangelo.

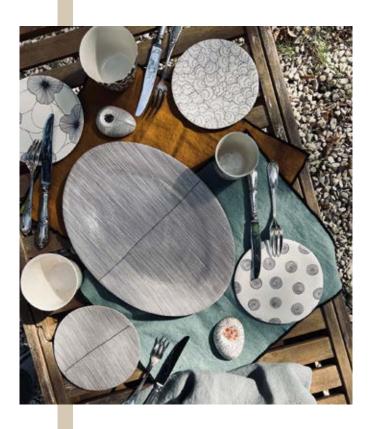


Talent de l'Harmonie Les nominés



Caroline Petit-Mason

Céramiste et entrepreneure Three Seven Paris



Céramique sensible

Caroline Petit-Mason est une sérial entrepreneure qui écoute ses intuitions, sait saisir les opportunités, a la sagesse de faire confiance aux hasards de la vie et des rencontres. En créant le label Three Seven Paris, elle ouvre le troisième opus d'un chemin en apparence sinueux mais qui la conduit au succès dans un remarquable tracé.

Diplômée en sociologie, cette parisienne de 21 ans part vivre aux États-Unis. Elle débute une carrière chez TBWA à New York au planning stratégique. Elle rencontre alors son futur mari et avec lui, une nouvelle vie se dessine. Ils sillonnent les États-Unis à la recherche de meubles et d'objets divers qu'ils restaurent patiemment et qu'ils vendent en France en Pop'up stores. Avec l'envie de fabriquer leurs propres meubles ils créent Three Seven US. Elle fut menuisier avant d'être céramiste. Puis le désir de fonder une famille arrive et la conduit à ouvrir un nouveau chapitre de l'histoire et met fin à l'aventure américaine.

Elle devient céramiste au hasard d'une rencontre avec Claire Lecreux. Elle crée, en faïence aérienne teintée d'ivoire, des assiettes ornées de motifs composés de traits dessinés à main levée pour payer un stand réservé sur Maison & Objet. À la fin du salon, elle sait qu'elle doit en livrer 3 000, commandées par le Bon Marché, le ABC Store à NYC et le Lane Crawford à Hong-Kong...

Depuis ? Caroline Petit-Mason a ouvert un magnifique atelier-boutique au cœur de Saint-Germaindes-Prés où règnent légèreté, gaieté et délicatesse. Elle emploie et forme des personnes en reconversion. Three Seven Paris façonne son destin : des lignes tracées harmonieusement, une écriture à plusieurs mains, des formes légères et épurées, des pièces de faïence fine aux dessins délicats. La signature d'un label.



Talent de l'Innovation

Le lauréat ex æquo

Massimiliano Alajmo *Chef* Alajmo

Fratrie gourmande

Représentant la troisième génération Alajmo, Massimiliano (Max) et son frère Raffaele (Raf) sont nés avec une passion naturelle pour la nourriture et l'hospitalité.

Ils dirigent aujourd'hui près de quatorze restaurants, dont le restaurant familial fondé en 1981 près de Padoue, Le Calandre 3* figurant depuis dix années au classement « The World's 50 Best Restaurant ».

Si Max s'est formé auprès de grands chefs, tels qu'Alfredo Chiocchetti, Marc Veyrat et Michel Guérard, Raf a commencé à travailler avec son père dès 1989 en salle dans le restaurant familial qui reçoit sa première étoile au Michelin en 1992. L'année suivante, Max rejoint, en cuisine, sa mère, la cheffe Rita Chimetto, avant d'être nommé chef exécutif du restaurant en 1994, tandis que Raf en devient le manager.

Trois années plus tard, en 1997, le restaurant reçoit deux étoiles au Michelin puis une troisième étoile en 2002, faisant de Max, à 28 ans, le plus jeune chef à obtenir cette reconnaissance prestigieuse.

Au menu, les plats, comme le fameux cappuccino de seiche à l'encre noire, le pigeon et son pâté, les pâtes de blé au pesto d'algues piquantes, huîtres et jus de cassis ou le sorbet de réglisse, à la chicorée et à la ricotta sucrée... ne cessent de surprendre en jouant harmonieusement avec les saveurs d'hier et d'aujourd'hui.

Les années qui suivent, les deux frères font l'acquisition de plusieurs établissements renommés : en 2011, le restaurant Quadri à Venise, en 2014, le Caffè Stern à Paris, puis le AMO à Venise ou en 2019, le restaurant Sesamo au sein du Royal Mansour à Marrakech....





Talent de l'Innovation

Les lauréats ex æquo

Didier Finck & Ludovic ZussaDirecteur de la création & directeur des opérations
Apose

Un nouveau temps pour la montre française

« Apose est née sur la promesse d'un style fort qui repose sur des partis pris techniques et stylistiques. »

Une aventure faite de complications pour une marque qui se construit en associant la sobriété, le raffinement et la simplification. Car Apose veut produire des montres 100% françaises.

Didier Fink dessine pour retrouver la pureté originelle d'une montre ambassadrice de cette élégance que nous avons érigée en art en France. Son mantra : « l'exigence du sens, la fierté de la qualité et le goût du détail, la sobriété, la volonté permanente de surprendre,

l'indiscipline joyeuse et, bien-sûr, le panache. » Ludovic Zussa donne une réalité technique aux dessins de Didier Fink. Leur complicité est née de sa capacité à toujours trouver des solutions astucieuses, innovantes. Ils faisaient partie de la même équipe au sein du Swatch Group.

Lancée en 2021, la collection n°3, série inaugurale de la jeune marque est à 80% française. Ils ont réussi à réunir autour d'eux les entreprises franccomtoises emblématiques de l'horlogerie française. Son succès conforte les deux complices dans leurs choix : design épuré, détails originaux qui signent l'élégance d'Apose.

Les conditions de la réussite se mettent en place en 2022. La manufacture Pequignet lance un nouveau mouvement français : le calibre initial qui répond aux exigences des deux horlogers. La maison Longchamp offre l'opportunité de récupérer les chutes de ses prestigieux cuirs pour fabriquer des bracelets. Et Apose met au point un process industriel innovant, savante combinaison de savoir-faire artisanal et de haute technologie pour la fabrication de ses cadrans. Apose, nouvelle garde de l'horlogerie française.





Talent de l'Innovation Les nominés 2023



Muriel Bregou Directrice

Charlois Cosmétiques - La Chênaie



Le chêne, source perpétuelle d'inspiration

Au pays Nivernais, au cœur de la plus grande chênaie de France, Murlin est un tout petit village dont le cœur bat au rythme de la forêt qui l'entoure. C'est l'ancrage du groupe Charlois depuis 1928. L'histoire familiale a débuté au milieu du 17e dans la forêt des Bertranges avec Jacques Charlois, fendeur de merrains. Représentant la 6e génération, Sylvain Charlois a réuni l'ensemble des métiers dont le point commun est le chêne. Source inépuisable d'inspiration et d'innovation, de la foresterie à l'œnologie, de l'art à la cosmétique.

«Si le bois est un bon anti-oxydant pour le vin, il doit être bon pour la peau?» L'idée naît lors d'un déjeuner parisien, au cours duquel Sylvain Charlois, le premier merrandier de France, rencontre Muriel Brégou. Nous sommes en 2013. La magie opère! Pour concevoir et lancer une nouvelle ligne de produits cosmétiques issus du chêne, trois ans seront nécessaires. L'idée d'un pouvoir antioxydant et antiâge fait l'objet d'un premier brevet pour l'utilisation d'écorce, de bois et de feuilles de chêne. La Chênaie est lancée en 2016 avec huit produits. Trois ans plus tard, la marque en compte vingt-trois, elle a remporté de nombreux prix et un second brevet est déposé s'intéressant à la sève de l'arbre. En 2022, les propriétés du bourgeon de chêne font l'objet d'un troisième brevet. La Chênaie est ainsi la première marque de cosmétiques à utiliser le chêne. Et, jamais un chêne n'est abattu pour créer les produits. Les ingrédients à 97,5% d'origine naturelle proviennent des chutes issues de l'activité de merranderie et de tonnellerie. « Le chêne guide le groupe dans ses activités avec exigence et perfection. Et nous veillons à ce que toute sa transformation soit digne de sa noblesse ».



Talent de l'Innovation Les nominés 2023



Armine Ohanyan

Directrice artistique et créatrice de mode LTAO – Armine Ohanyan



Cyber luxe

Armine Ohanyan est une créatrice de mode française d'origine arménienne. Après des études aux Beauxarts d'Erevan et de Lyon, puis à l'École de mode Estah à la sortie de laquelle elle reçoit le Premier Prix du concours E-Fashion Awards, elle lance en 2017, avec Thibaud Leportois, sa maison Techno-Couture Armine Ohanyan Paris qui fusionne les nouvelles technologies et l'artisanat.

Ses créations réalisées à la main, sont nourries par le désir de préserver les savoir-faire tout en intégrant des nouvelles technologies comme la découpe laser, le thermoformage, l'impression 3D qui confèrent à ses créations une image futuriste. Une partie de ses collections est conçue avec des stocks de matière non-utilisée provenant de marques de luxe. L'up-cycling est une de ses priorités.

Ses collections haute couture ultra féminines nous transportent dans des mondes qui subliment la nature en se jouant des formes, de la lumière et du mouvement. En utilisant les déchets plastiques en tant que broderies et en illustrant l'altération des couleurs de la flore aquatique, la créatrice rappelle l'enjeu écologique sans jamais sacrifier l'harmonie de ses collections.

En 2021, le ministère de la Culture lui attribue des aides au développement numérique et durable des métiers d'Art et de la Mode. Elle est également finaliste du Grand Prix de la Ville de Paris.

En 2019, elle ouvre sa boutique dans le Marais. Elle habille les artistes tels qu'Aya Nakamura, Slimane, Mademoiselle Agnès... Régulièrement citée dans Women's Wear Daily, Vogue, Paris Match, Madame Figaro, France Culture, Marie Claire... elle développe des collaborations notamment avec l'artiste japonais Kiichiro Ogawa.



Talent de l'Invention

La lauréate ex æquo

Caroline Perrin *Créatrice d'art mural*AC Matière

Les arts décoratifs réenchantés

Les volumes, le vide, la lumière, les matières l'attirent.

En 2003, Caroline Perrin conjugue son désir d'indépendance avec sa passion pour l'art et l'architecture. Elle crée AC Matières, studio de création, atelier d'artistes et laboratoire de recherche. En véritable chef d'orchestre, elle revisite les savoir-faire traditionnels de la peinture et de l'enduit décoratifs.

AC Matière s'affranchit des codes académiques et laisse parler sa créativité en réalisant de nouveaux effets très contemporains. Le studio fait cohabiter les techniques traditionnelles et modernes et invente ses propres outils pour créer des décors exclusifs.

Pour rendre tangible l'idée de l'architecte, Caroline Perrin convoque la sensualité, la spontanéité du geste, la liberté, la fantaisie...

Elle signe de nouveaux décors sur des murs prestigieux: Chaumet à Londres, les tours duo de Jean Nouvel, l'hôtel 5* Kimpton Saint-Honoré, le Spa Dior de l'hôtel Cheval Blanc, l'institut Dior du Plaza Athénée à Paris et le restaurant colombien Bazurto à Saint-Germain-des-Près...

Pour la création de ces décors, Caroline Perrin intervient très en amont des chantiers puis revient pour les finitions, apportant ainsi sa touche à l'ambiance finale du lieu. Chaque décor raconte une histoire et une recherche qui correspondent à l'idée de l'architecte, à l'envie des maîtres des lieux. Chacune de ces rencontres est un voyage au cœur de la matière.

Avec l'écriture de *Matières d'exception*, elle rencontre les meilleurs architectes, directeurs artistiques et designers et crée une communauté avec les spécialistes les plus chevronnés... enduit, peinture, béton, pierre, bois, verre ou métal... les matières livrent leurs secrets.





Talent de l'Invention

Le lauréat ex æquo

Sébastien Vauxion

Chef des cuisines Sarkara 2*
Chef pâtissier exécutif K2 Collections

L'alchimiste du goût

Sébastien Vauxion est le seul chef pâtissier au monde à être doublement étoilé. Sa signature atypique s'accorde pleinement avec l'esprit des maisons qui composent le K2 Collections pour lequel il œuvre avec passion.

Il a obtenu un CAP Pâtissier-glacier-chocolatier-confiseur et un BEP Alimentation, option Pâtissier, suivi d'une mention complémentaire Cuisinier en desserts de restaurant. Il a ensuite travaillé chez Philippe Morin, Pierre Hermé, Le Meurice et Le Balzac de Pierre Gagnaire, où il est devenu chef pâtissier.

Depuis 2014, Sébastien est le chef pâtissier exécutif des trois établissements du K2 Collections, dont le restaurant doublement étoilé le Kintessence et le Tea time. En septembre 2017, il ouvre le Sarkara, le restaurant de desserts gastronomiques de l'hôtel K2 Palace à Courchevel.

Son restaurant est une expérience gastronomique unique pour laquelle le chef a élaboré une carte inédite basée sur un menu traditionnel où les entrées sont des associations de fruits et légumes servis froids avec une sauce, les plats sont des desserts chauds, le fromage est travaillé comme une pâtisserie, et les vrais desserts sont des grands classiques tels que l'île flottante et les profiteroles, offrant une sensation de fin de repas. Parmi ses créations emblématiques, on découvre l'oignon blanc cuit à l'étouffée au sureau noir ou encore la poire Williams en croûte de sucre et d'anis vert.

En 2019, il a obtenu sa première étoile pour le restaurant Sarkara, suivi par une deuxième en 2020. Alchimiste du goût, il joue avec imagination des goûts et des saveurs classiques pour les sublimer. Il est élu chef pâtissier de l'Année en 2023 par Gault et Millau.



Talent de l'Invention Les nominés 2023



Eve George

• • •

> *Souffleuse de verre et designer* Atelier George

Laurent Fichot

Souffleur de verre Atelier George



La singularité pour signature

« Chaque objet que l'on forme porte nos identités de concepteur et de fabricant. Elles sont indissociables, c'est ce qui fait la singularité de notre métier. »

En 2012, Eve George diplômée de l'école Boulle rencontre Laurent Fichot souffleur expérimenté. Elle met au point des moules en origami de papier dans lesquels il soufflera le verre en fusion à 900°. Feuilles de verre est le point de départ de leur collaboration qui se concrétisera en 2016 par la création de leur atelier : l'Atelier George.

Ils composent à quatre mains. Ils jouent avec le feu, avec les matières. Pour la collection *Aube*, Eve George mélange les verres pour créer des galaxies, fusionne des poudres pour illustrer les terres et les cratères... Et s'îls cueillent le verre et le façonnent avec des outils qui ont traversé les siècles et les traditions, ils adaptent les processus de mise en forme, revisitent l'histoire des techniques, réinventent les moules et convoquent les technologies numériques pour fabriquer des outils inédits.

La maîtrise et l'inventivité du duo concourent à la création d'effets d'optique mouvants, de jeux de transparences, de couleurs évocatrices, de décors finement tramés qui ondulent autour des volumes. Boites, objets de table, vases, suspensions, pavés de verre, claustras... chaque élément est façonné manuellement. Chaque objet fabriqué est unique et non reproductible.

Et même lorsqu'ils réalisent un travail de collaboration sur-mesure avec un chef étoilé, le meilleur sommelier du monde, un hôtel ou une marque de spiritueux, ils gardent leur liberté artistique. Une philosophie qui associe une grande maîtrise technique et la poésie de la matière.



Talent de l'Originalité

2023La lauréate

Hannah Cecil Gurnay

Directrice

Maison de Gournay

Une aura de bonheur

La Maison de Gournay est plébiscitée par les plus grands architectes d'intérieurs dans le monde.

Elle collabore également avec de nombreux designers tels que India Mahdavi, Matthew Williamson et Jenny Packham, des marques prestigieuses telles que Chanel, Dior et Smythson. Des hôtels tels le Bergdorf Goodman, le Four Seasons et le Ritz figurent parmi les récentes collaborations de la maison. Sa spécialité? Les plus beaux papiers peints au monde. De Gournay habille les intérieurs et donne aux lieux une âme sans pareil. Ce sont des voyages au cœur de paysages japonais ou coréens, des excursions dans

le temps et dans l'espace au milieu de scènes inspirées du 19^e siècle français avec des papiers peints panoramiques. C'est une promenade en forêt tropicale, un vagabondage floral et animalier, c'est aussi une expérience artistique. Les murs se transforment en décors inattendus, une interprétation des rêves où rien n'est laissé au hasard.

Les motifs réalisés à la main sont associés aux technologies les plus modernes pour valoriser la perfection des couleurs, des détails... d'une émotion. Papiers peints, tissus tendus, broderies murales... la Maison de Gournay donne véritablement vie aux intérieurs. De Gournay revisite aussi l'art russe, l'art nouveau, l'art déco... la marque s'est forgée une réputation mondiale pour la réalisation de designs toujours plus originaux. La maison est aujourd'hui dirigée par Hannah Cecil Gurney et sa sœur Rachel, qui ont succédé à leurs parents. De Gournay est une marque qui s'est développée dans trente-neuf pays, avec des salles d'exposition à Londres, New York, Paris, Shanghai et Moscou.







Vanessa Barragão Créatrice de tapis d'art

• • •

0 0 0

Mondes tapissés de rêves

Inspirée par la mer depuis son plus jeune âge, cette artiste créatrice portugaise diplômée en stylisme de l'université de Lisbonne, utilise les textiles comme bon lui semble pour représenter des environnements rêvés. Elle a vécu quatre ans à Porto, berceau du textile au Portugal, avant de revenir en 2020, dans sa ville natale d'Albufeira. Elle y ouvre son atelier où son art s'exprime pleinement et s'inspire de la nature environnante, terrestre et marine. Ses paysages s'ondulent sous les fils de laine colorés de vie pour former une harmonie entre terre-mer et ouvrir la voie vers le rêve.

Très tôt elle est sensibilisée à la disparition de la flore marine grâce à ses voyages en Jamaïque où elle pratique la plongée. Les coraux ont une place prépondérante dans ses œuvres qu'elle veut comme une ode à la nature. Ses œuvres sont porteuses de messages. De par les mondes qu'elles illustrent tout comme par les matières dont elles sont constituées, elles communiquent le respect de l'environnement qui nous entoure puisque 90% des matériaux utilisés proviennent de déchets et de chutes de l'industrie textile.

« À travers mes créations, j'essaie d'inciter les gens à changer afin d'aider à améliorer la santé de notre terre », dit-elle dans de nombreuses interviews. Les techniques utilisées sont ancestrales et artisanales (crochet, macramé, broderie, feutre, tissage). Ses travaux sont vendus à des particuliers, des entreprises, et même exposés à l'aéroport Heathrow de Londres, pour lequel elle fera une carte du monde monumentale. Elle a gagné plusieurs prix dont le Prix national d'artisanat de l'IEFP en 2021.



Talent de l'Originalité Les nominés



Frédéric ManéDesigner haute joaillerie



Des univers de légendes

Le monde de Frédéric Mané est haut en couleur, baigné d'art surréaliste très présent en Catalogne où il a ses racines, imprégné de fantaisie et d'objets loufoques qu'il côtoyait dans la boutique de jouets et de rêves de ses parents. Ce qui brille l'attire tout autant que l'exceptionnel et la rareté.

Frédéric Mané est créateur d'objets rares, designer de bijoux de haute joaillerie et d'horlogerie. Il n'impose aucune limite à sa créativité, casse les codes et franchit toutes les frontières. Il a créé sa propre clientèle de collectionneurs internationaux pour lesquels il réalise des pièces uniques. Il co-signe avec de grandes maisons et a co-fondé avec l'homme d'affaires bahreïnien, Mahmood Qannati, la maison Qannati Objet d'Art, première marque de luxe basée à Bahrein et à Paris.

La collection *Celebration of Time* est un concentré de la virtuosité créative de Frédéric Mané qui se conjugue à la perfection avec la maîtrise du sculpteur maître joaillier Jothi-Séroj Ebroussard. Ce dernier donnant corps au gouaché du créateur. La collection de treize montres bracelets rassemble toutes les composantes d'un univers qui joue sur les symboles, sacralise les objets et offre tour à tour une nouvelle vision du monde, une autre perception du temps et un hommage à l'histoire de la pensée.

Frédéric Mané a travaillé pour des joailliers tels que Frédéric Mathon. Il collabore avec de grandes marques de joaillerie internationales, LVMH, Richemont, Chow Tai Fook et des fabricants d'art comme les Emaux de Longwy. Ses créations sont empreintes de mystère associant les pierres les plus rares et les matériaux les plus insolites comme une invitation au voyage à travers les cultures.

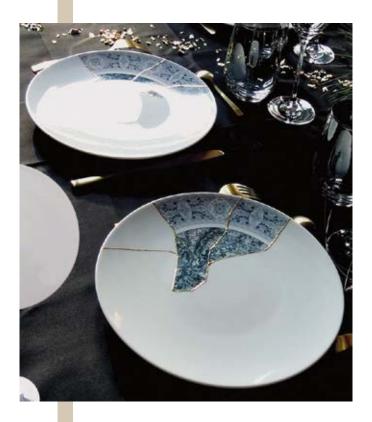




Philippe Orliac

• • •

Gérant Manufacture de Longchamp



À contre-courant

Longchamp est un petit village à mi-chemin entre Dijon et Dole qui a vu naître, en 1386, un atelier qui fabriquait des tuiles et des carreaux. Cinq siècles plus tard, l'atelier est devenu *la Manufacture de vaisselle fine de Longchamp*. En 2008, la manufacture cesse son activité pour renaître en 2016 sous l'impulsion de Philippe Orliac.

Philippe Orliac est né à l'hospice Saint-Pierre à Arnay-le-Duc devenu en 1981, la maison régionale des arts de la table. Un hasard ? À quatorze ans, il entre en apprentissage à l'école de Longchamp. C'est par goût de la création qu'il choisit la céramique. Sa carrière lui permet d'apprendre à maîtriser toutes les étapes techniques. En 2016, il ouvre une nouvelle page de l'histoire de Longchamp. Là, sa créativité et sa maîtrise technique vont lui permettre de relancer cette manufacture séculaire.

Dans le monde de la céramique, les craquelures et les imperfections sont le cauchemar des artisans... Philippe Orliac les a métamorphosées, réenchantées, réhaussées d'or au pinceau et elles sont ainsi devenues l'originalité distinctive de la Manufacture de Longchamp. Des assiettes ébréchées évoquent la terre qui tremble lors de l'éruption de l'Etna. Des formes indécises, imparfaites inspirées de la propagation du lichen en symbiose avec son support composent avec raffinement un service aux pièces uniques. Une fine échancrure dans un rond parfait donne vie à une fermeture à glissière pour créer une alliance entre la mode et les arts de la table.

Philippe Orliac fait également appel à des artistes aux styles singuliers pour créer des services complets tout en harmonie et en élégance ou pour la réalisation de pièces sur-mesure.







Talent de **la Rareté**

Le lauréat ex æquo

Nicolas Hugo *Directeur*Ateliers Hugo

Témoins de la création

« Ce ne serait pas une haine intelligente que la haine du luxe. Cette haine impliquerait la haine des arts. »

Nicolas Hugo ne reniera pas cette citation de son illustre aïeul Victor Hugo. Et pour cause, son grandpère, François, a créé l'atelier éponyme, en 1938, en travaillant pour Gabrielle Chanel puis Elsa Schiaparelli et Giacometti. Puis, plus tard encore pour Hermès et Dior. C'est la rencontre avec Picasso qui va amorcer un virage dans l'activité de l'atelier. Le Maître souhaite alors transposer dans le métal les céramiques qu'il crée à Vallauris. En 1955, l'atelier commence la création de bijoux d'artistes. Des «sculptures à porter»

reproduisant les dessins de Max Ernst, André Derain, Jean Cocteau, Dorothea Tanning, Roberto Matta, Jean Lurçat... Pierre, le fils de François, reprend l'atelier en 1977. Il poursuit avec Dali, Arman, Corneille, César ou encore Ugo Rondinone. Nicolas Hugo est né dans ce berceau. Il se destinait à une carrière de galériste, mais en 2018, il ferme sa galerie ouverte quelques années plus tôt pour venir seconder Pierre. Les œuvres des Ateliers Hugo sont exposées dans le monde entier : le Palais Galliera à Paris, le Victoria and Albert Museum de Londres, les musées Picasso de Barcelone et Paris, le MUCEM de Marseille, la Fondation Arp de Locarno, le Palazzo Reale de Milan... Quatre-vingt-cinq années de collaborations avec les plus grands artistes et créateurs des 20e et 21e siècles ont constitué un patrimoine exclusif illustré par un savoir-faire singulier développé dans l'atelier de la maison familiale près d'Aix-en-Provence où presque rien n'a changé depuis sa création. Une stabilité qui rassure les artistes. Un point d'ancrage pour initier de nouvelles collaborations.





Talent de **la Rareté**

Le lauréat ex æquo

Benoit Marcu *Ébéniste d'art*Atelier Marcu

Le phénix du patrimoine mobilier

Benoît Marcu est un ébéniste français reconnu pour son savoir-faire et sa passion pour le patrimoine mobilier des 17^e et 18^e siècles.

Passionné par les mécanismes invisibles et les tiroirs secrets depuis sa jeunesse passée dans l'atelier de ses parents constructeurs d'automates, Benoit Marcu a suivi dès seize ans, une formation dans les meilleurs ateliers parisiens.

Après avoir travaillé pour des décorateurs, des collectionneurs, des antiquaires, des ministères et des musées, il fonde en 1990 son propre atelier aux portes de Paris, l'Atelier Marcu, qui se spécialise dans

la conservation et la restauration du patrimoine mobilier ainsi que la création de meubles et objets contemporains sur mesure. Dans son atelier, de remarquables savoir-faire sont mis au service de la restauration et de la création, tels que la marqueterie, la sculpture, le travail de matières précieuses, la copie d'ancien, le vernis au tampon et bien d'autres techniques.

Il exerce un rôle de chef d'orchestre qui l'amène à travailler avec les meilleurs artisans d'art comme les laqueurs, les bronziers ou les doreurs. Il a notamment restauré du mobilier appartenant aux anciens rois de France, Louis XIV et Louis XV, ou encore créé un coffret à la demande de l'Institut océanographique de Monaco. Sa philosophie repose sur la conservation et la restauration du patrimoine mobilier en respectant l'œuvre dans son histoire, tout en offrant des créations uniques et originales amenant ainsi en 2006, l'Atelier Marcu, à être reconnu par le Label Entreprise du Patrimoine Vivant. Il participe régulièrement à des salons parisiens et internationaux, où il présente son savoir-faire et ses créations.



Talent de la Rareté Les nominés 2023



Valentina Giovando

Designer

• • •

0 0 0



Une créatrice aux âmes multiples

Créatrice milanaise et décoratrice de meubles, de lustres et de luminaires, Valentina Giovando s'inspire d'époques et d'univers divers. On peut citer la décoration d'intérieur parisienne du 18e siècle, des références aux tenues de scène raffinées d'actrices du 19e siècle, des formes sinueuses de l'art nouveau, des rappels des armures de samouraïs, l'art africain avec ses bijoux et textures tribales, l'exotisme des atmosphères coloniales, et surtout des éléments issus de la nature.

Ces intérêts si divers expliquent la particularité esthétique de ses œuvres qui mélangent parfaitement ces univers bien différents pour un résultat extravagant mais tout en douceur. Dans ce chaos apparent règne une harmonie qui invite au voyage. Valentina est basée à Sarzana, en bordure de la Toscane, où elle travaille ses œuvres depuis vingt-cinq ans maintenant. C'est une créatrice indépendante et téméraire qui a créé sa propre marque depuis qu'elle a obtenu son diplôme à l'université internationale d'Art de Florence en 1998.

« J'ai commencé comme antiquaire, et un jour j'ai trouvé une boîte pleine de cristaux. À l'époque, les gens jetaient les lustres classiques avec des gouttes de cristal pour les remplacer par des pièces plus modernes et des lampes halogènes. Mon idée était de récupérer ces cristaux et de ramener le lustre au cœur de nos maisons ».

Depuis 1999, elle participe régulièrement à des expositions et salons, dont les différentes éditions du Salon du Meuble à Milan. Elle organise aussi ses propres shows à Sarzana pour présenter ses créations. Ses clients sont des particuliers et des entreprises qui recherchent cette touche artistique unique et rare, cette personnalité de l'œuvre.



Talent de la Rareté Les nominés



Anne Parent et Catherine Fages-Parent

*Co-dirigeantes*Domaine viticole Parent



Une terre en partage

Des parcelles de vignes, que l'on nomme Climats, soigneusement délimitées par des petits murets, donnant naissance aux clos et aux lieux-dits. Une hiérarchisation locale qui explique pourquoi, à quelques mètres près, une parcelle ne produit pas le même vin. Chacune possède son histoire, une place dans la hiérarchie des crus et chacune bénéficie de conditions géologiques et climatiques particulières. Une subtilité si bourguignonne qui a valu aux 1 247 Climats du vignoble de Bourgogne, d'être inscrits en 2015 sur la liste du Patrimoine mondial de l'Unesco.

La tradition viticole familiale débute à Volnay au 17^e siècle et prend son essor à Pommard en 1803. Depuis 1998, la douzième génération, représentée par Anne Parent et sa sœur Catherine Fages-Parent, veille à l'avenir du domaine.

Anne écoute « le millésime qui lui parle ». Elle suit les cycles naturels des terroirs pour en exprimer toutes les particularités avec une compréhension intuitive et rare de la vigne. La viticultrice impulse une nouvelle approche culturale biologique et biodynamique : plus le raisin est sain, meilleur est le vin! L'émotion qui doit naître de la dégustation est au cœur de toutes ses attentions.

Premier cru de Pommard, Corton Grand Cru, appellations Ladoix, Monthélie, Volnay, Beaune et aussi un très rare Corton blanc, le Domaine Parent produit des vins rares et harmonieux. L'équilibre est le maître mot pour créer des vins authentiques, élégants, sensuels et d'une belle complexité aromatique issue de la personnalité du raisin qui n'est, d'année en année, ni jamais totalement la même, ni jamais totalement une autre. C'est Catherine, qui contribue au rayonnement du domaine Parent.



Talent de la Séduction

Les lauréates

Hélène Karpov & Jeanne KarpovDesigner haute joaillerie & illustratrice Karpov

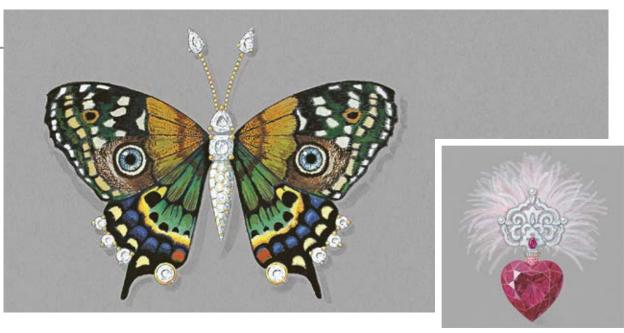
La beauté en héritage

D'origine russe, nées à Paris sous le signe des gémeaux, Hélène et Jeanne sont sœurs jumelles. De leur enfance baignée dans le monde de l'art, elles cultivent la passion du dessin et l'envie de créer. « Elles ont choisi la joaillerie et la joaillerie les a choisies. »

Diplôme en poche, Hélène entre comme designer chez Van Cleef & Arpels où elle créée des pièces de haute joaillerie, pendant plus de quinze ans.

Jeanne collabore avec les maisons de la place Vendôme, elle dessine des pièces de haute joaillerie et de haute horlogerie. LVMH, Richemont et Kering font appel à ses talents. Séparément, elles signent des créations très féminines inspirées d'un univers qui mêle le végétal et l'imaginaire, l'animal et le féérique. Elles associent les pierres, les formes et les couleurs et font naître papillons, perroquets et guirlandes de fleurs. Des pièces d'exception colorées et élégantes qui, pour certaines, ont été portées par la chanteuse lyrique russe Aida Garifullina, les actrices Rossy de Palma, Ginnifer Goodwin ou encore Scarlett Johansson.

En 2014 elles réalisent leur rêve en fondant le studio de création Karpov. Ensemble, elles associent leurs talents. Leur première collection explore la poésie du parfum. *Precious elixirs* rassemble des bijoux inspirés de cet univers jusque-là inexploré en joaillerie. En 2020, elles lancent leur propre marque : des bagues aux formes géométriques sobres où dialoguent diamants et perles, des bijoux plus accessibles. Mues par l'envie de partager leur art, Hélène et Jeanne lancent en 2021 leur plateforme de cours en ligne : *The art of Gouache*. Une grande communauté suit les jumelles sur les réseaux sociaux.





Talent de la Séduction Les nominés 2023



Stefan Djokovich *Créateur de mode*Stefan Djokovich Couture



Mélodies drapées

Stefan Djokovich, jeune créateur de mode serbe, puise son inspiration dans la musique classique et l'opéra. Diplômé d'un doctorat de piano à l'université des Arts de Belgrade, puis d'un Master spécialisé dans l'Opéra à Londres, il devient très vite un pianiste considéré comme l'un des meilleurs de sa génération en Serbie, avant de se diriger vers la mode.

La musique l'inspire, comme pour sa première collection en 2018 qu'il nomme « Soirée à l'Opéra ». À Paris, à l'occasion de la semaine de la Haute Couture en juillet 2022, il présente sa collection « Trianon » : les femmes sont magnifiées et transformées en reines. Il créé des robes corsetées, des robes de bal avec volants, plumes, broderies et détails floraux, toutes composées de tissus délicats : lamés, mousseline, satin duchesse de soie, broderies sur tulle et organza....

Les roses en soie sont réalisées à la main avec des détails en feuille d'argent et en cristal dans son atelier en Serbie. La robe en plumes rose est composée de 3 000 plumes cousues main une à une afin de créer ce mouvement fluide.

Présent aux défilés de la Fashion Week de Dubaï au World Trade Center, mais aussi à la Fashion Week de Milan au Palazzo Visconti, il est invité à la semaine de la Haute Couture à Paris en juillet 2023.

Son travail lui vaut une reconnaissance mondiale et renoue avec une élégance d'antan, aussi fluide que la musique qui l'inspire. Son dernier défilé à Paris a attiré la presse internationale, dont Vogue, Marie Clarie, Figaro, Grazia, Elle, Harper's Bazaar, et Vanity Fair. Ses créations s'exportent jusqu'en Chine avec de célèbres actrices qui les portent comme Dilraba Dilmurat.



Talent de la Séduction Les nominés 2023



Virginie Parent *Designer haute joaillerie*Studio Virginie Parent

Précieux message

Originaire du sud de la France, Virginie Parent rêvait de dessiner des bijoux pour Christian Lacroix. Diplômée de l'École du Louvre et de l'Institut National de Gemmologie, elle s'est taillée une carrière à la hauteur de son talent, nourrie de belles rencontres.

Virginie Parent fait ses premiers pas de designer en joaillerie au sein du Studio de Lorenz Bäumer, place Vendôme à Paris. Puis elle traverse la Manche, direction le Studio de Beers à Londres. En 2010, elle crée son propre studio. Pendant plus de quinze ans, elle va multiplier les collaborations avec les grandes maisons: Chanel Fine Joaillerie, Van Cleef & Arpels, Fabergé, Chaumet, Boucheron, Piaget, Cartier, Harry Winston... avec des bijoutiers-joailliers de renom à Paris, New-York, Moscou, Dubaï ou encore Hong-Kong.

Elle a créé des bouquets de fleurs majestueuses aux pétales de diamants et de grenats, aux cœurs de perle ou de pierre. Des bijoux imposants parfaits. Elle signe aussi des créations personnelles délicates, travaillées avec finesse, très féminines.

En 2017, elle lance Hint Joaillerie, fruit de son imaginaire et de sa maîtrise des techniques de la haute joaillerie. Des pierres rondes pour les points, des baguettes pour les traits, les bijoux Hint sont porteurs de messages codés en morse. Code lumineux, un soin particulier est apporté aux pierres, à leur taille et à leur polissage. Une recherche extrême de simplicité et de finesse.

Hint est un mot anglais qui signifie indice, soupçon, allusion... une bien élégante et séduisante manière de faire passer un message. Chaque pièce est unique et numérotée. Sur le site de la jeune marque, quelques clics permettent de créer un bijou entièrement personnel.





Talent de la Séduction Les nominés 2023



Diego Percossi Papi

Designer haute joaillerie Percossi Papi



Joaillerie artistique

« Entourée de façades ocres et ambrées, tel un écrin... entre le palais Giustiniani, le Panthéon et l'église Sant'Eustachio... cachée par une vigne vierge abondante et qu'aucune enseigne ne révèle, la bottega de Diego Percossi Papi recèle un condensé de bijoux précieux. ».1 Nous sommes à Rome, source d'inspiration pour le joaillier. Maître orfèvre de l'université Nobil Collegio degli Orefici, académicien et membre d'honneur de la Pontificia Accademia dei Virtuosi al Pantheon, ces titres lui ont été conférés en reconnaissance de sa virtuosité et du talent avec lequel il perpétue l'usage de matériaux traditionnels et de techniques ancestrales. Dans son atelier boutique, il crée des bijoux exclusifs et transforme des objets d'art, sacrés ou profanes, en véritables trésors. Il répond aux commandes du Vatican comme aux désirs des stars hollywoodiennes ou aux envies de la noblesse européenne. Une clientèle avertie, passionnée d'histoire et d'histoire de l'art, attirée par des créations inspirées de l'horizon culturel du maître : la Rome Baroque de Bernini, Borromini et Pietro da Cortona, la Rome impériale cosmopolite, la mythologie, le règne végétal ou animal naturel et fantastique.

Jacqueline Bisset, Isabelle Huppert, Bridget Fonda, Sophia Loren, Sandra Ceccarelli, Cate Blanchett, Ornella Vanoni... ont porté pour les besoins du cinéma ses créations mêlant micro mosaïque, émail cloisonné, saphirs et rubis, lapis lazuli et tourmaline, grenats et perles... Des compositions baroques, colorées réalisées avec une passion transmise à ses enfants, Valeria et Giuliano, qui, à leur tour, vont revisiter l'histoire de l'art et de l'atelier à l'aune des techniques contemporaines.

^{1.} Extraits du livre #Slow made, manifeste du geste humain de Marc Bayard, ed. Les Influences.



Talent du **Management**

2023 Le lauréat

Alain Ellouz

Atelier Alain Ellouz

L'inconnu pour terrain de jeu

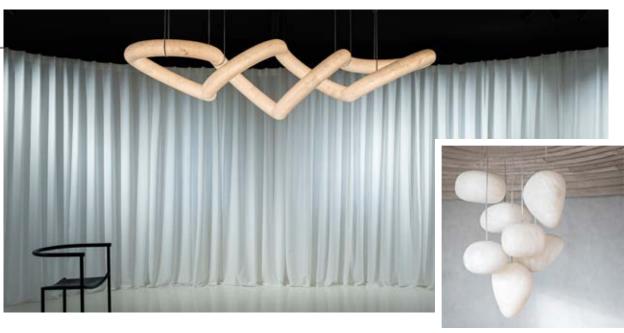
Au hasard de ses vacances, Alain Ellouz s'initie à la sculpture. Une fleur d'albâtre naît sous ses doigts. En l'éclairant de l'intérieur, il découvre la douce puissance de la pierre. Cette rencontre d'un art et d'une matière va changer sa vie.

En 2005, il quitte son costume de dirigeant de deux entreprises informatiques parmi les cent premières SSII françaises. Il va remettre l'albâtre au goût du jour. Il crée l'atelier qui porte son nom. Il s'entoure des designers Marion Biais-Sauvêtre et Alexis Jouvin et développe le Stonelight®, un ensemble de procédés qui permet de rendre l'albâtre plus dur que du verre.

Une technique sans laquelle il serait impossible de réaliser les pièces monumentales qui vont séduire architectes et designers. L'innovation est leur guide, la perfection leur objectif.

L'Atelier Alain Ellouz est le seul au monde à posséder le savoir-faire pour transformer ce matériau en luminaires, en mobilier, en objets et en murs ou cloisons amovibles. En moins de vingt ans, il compte trentecinq sculpteurs, designers, ébénistes, exporte 85% de sa production dans plus de trente pays, se constitue un réseau de designers et d'experts, signe plus de mille projets et ouvre trois showrooms : Paris, Londres, New York.

L'atelier travaille à l'aménagement de demeures privées, des boutiques Van Cleef, Cartier, Chaumet, Dior, Louis Vuitton, Guerlain, Jaeger LeCoutre... de restaurants, d'hôtels et de palaces dans le monde entier. En 2022, Alain Ellouz ouvre la Fondation pour l'albâtre qui offre aux artistes d'explorer la pierre avec la sculpture, la gravure, la peinture, la photographie mais aussi les arts numériques. Le grand art décoratif est de retour.







Jean-Paul Bath *CEO*Le FRENCH DESIGN by VIA

• • •

0 0

Faire rayonner un art de vivre nomade, digital et durable

L'écosystème du design français est caractérisé par sa diversité, ses influences Arts déco et par un art de vivre renommé. Pour le promouvoir en France et à l'international, le Codifab (Comité professionnel de développement des industries françaises de l'ameublement et du bois) et le ministère de l'Industrie ont créé le VIA en 1999. Sa vocation est d'aider les entreprises de l'ameublement français.

Jean-Paul Barth a construit des plateformes de forage en mer du Nord, une turbine au Vénézuela, des matériaux à mémoire de forme dans la Silicon Valley, organisé les vingt ans du Centre Pompidou et l'inauguration de la Cité de la mode et du design, des défilés de mode, une vidéo avec Luc Besson pour sa future cité du cinéma, produit des musiques pour Mercedes Benz, exposé Bettina Rheims à Tokyo...

Il devient directeur général du VIA en 2015. Il est aussi membre du bureau du Conseil National du Design, administrateur de l'Institut National des Métiers d'Art et membre du World Design Organization (WDO). La marque *le FRENCH DESIGN by VIA* est devenue l'étendard qui réunit les activités du VIA notamment à l'international.

Dix valeurs ont été définies pour *le FRENCH DESIGN*: art de vivre, créativité et industrie, élégance et touche de luxe, innovation durable, audace, savoir-faire, équilibre, héritage, ouverture culturelle, panache! Début 2018, il organise, à l'Élysée, le prix FD100 avec Philippe Starck, couronnant les cent designers et architectes d'intérieur. En 2022, *le FRENCH DESIGN* rayonne dans plus de vingt pays à travers le monde s'illustrant lors des grands rendez-vous internationaux du secteur du design.

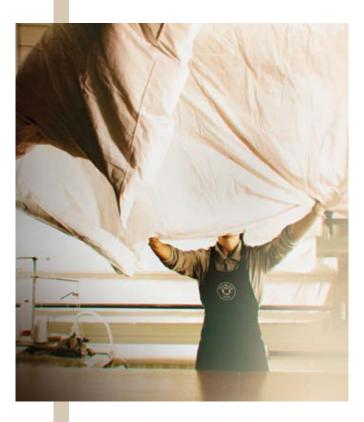






Edouard Dumas *CEO*La Compagnie Dumas

0 0 0



Le mariage de l'artisanat et de l'industrie

Dépositaire d'un savoir-faire d'excellence, dont les origines remontent à 1880, Edouard Dumas incarne durablement tradition et innovation. À vingt-six ans, il reprend les rênes de l'entreprise familiale. Il va accentuer les projets d'industrialisation et s'entourer de nouvelles compétences.

En 2014, il développe en interne un outil de pilotage de la production accessible sur smartphone afin de gagner en flexibilité. Il revisite le positionnement marketing et crée trois lignes de produits: La Maison Dumas Paris pour la Haute Literie®; Petit Meunier, des produits créés avec le Centre du Sommeil et de la Vigilance de l'Hôtel Dieu de Paris en 2016 puis Edona marque éco-engagée en 2020.

En 2017, l'entreprise est labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) et en 2021, Edouard Dumas défenseur de savoir-faire d'exception, accepte la présidence de l'association des EPV de Bourgogne-Franche-Comté. En 2020, la Compagnie Dumas est sélectionnée lors de la première édition de la grande exposition du fabriqué en France au Palais de l'Élysée. En 2022, elle rejoint la communauté du Coq vert de la BPI et Edouard Dumas est lauréat du palmarès *Cercle de Giverny - Le Point* des cinquante leaders engagés de moins de quarante ans. À Tonnerre, le dirigeant soutient le festival des Millésimes initié par Lambert Wilson.

Sur la base des travaux de sa sœur Constance qui a réalisé le bilan carbone de l'entreprise en 2009, il impulse une dynamique vertueuse. 2023, l'entreprise se concentre encore davantage sur le recyclage de ses productions. Une marque a été créée pour la gamme enveloppée dans des emballages issus de déchets plastiques marins. Avec ses deux millions cent mille oreillers, deux cent mille couettes et vingt mille surmatelas annuels, la compagnie travaille pour le bien-être de notre sommeil.



Talent du Management Les nominés



Ronan Laborde

Gérant
Groupe Clinet
Président
Union des Grands Crus de Bordeaux
(UGCB)



À la recherche de l'âme du vin

Il a couru le Marathon de Paris en 2h33 et celui de New-York en 2h36. Mais sa plus grande performance est certainement d'avoir été élu président de l'UGCB, à trente-neuf ans et ce, sans pouvoir se légitimer par une longue lignée de vignerons. Ronan Laborde préside donc depuis 2019 cette noble institution qui rassemble les cent-trente-deux Châteaux les plus prestigieux du vignoble bordelais.

Conscient du goût de son fils pour le vin, le père de Ronan acquiert en 1999 le Château Clinet, l'un des plus anciens dans la région. Une propriété de onze hectares, dominée par le merlot, à laquelle Ronan Laborde va apporter sa personnalité. *Château Clinet* est une des pépites de Pomerol, l'appellation la plus exclusive de la rive droite de Bordeaux.

Le jeune viticulteur prend en main la destinée du Château en 2003 au sortir de ses études. Il prend des risques en arrachant une partie du vignoble pour le replanter de manière à l'adapter à son environnement naturel et à réduire les interventions mécaniques. Il fait évoluer les stratégies culturales avec pour objectif d'estomper l'intervention de l'Homme. Il relève le défi du bouleversement climatique et celui de préserver la fraicheur des vins. Puis il a l'audace d'adosser à ce cru d'élite un vin de marque abordable qui porte son nom et pour lequel il construit un chai flambant neuf en 2015.

Ronan Laborde et sa compagne, Monique Bailly, sont en quête de l'âme de leur vin. Château Clinet doit être sensuel et élégant, précis et biologique, tout en harmonie, fruit de la rencontre entre la raison et les arômes. Ronan Laborde est devenu ambassadeur des vins de Bordeaux dans le monde et ouvre ce milieu à une nouvelle génération de jeunes professionnels, engagés et passionnés.



L'horlogerie est le point d'ancrage séculaire d'un ensemble de savoir-faire d'exception qui font battre le cœur de tout un territoire.

Le Doubs horloger s'est constitué grâce aux mouvements de balanciers franco-suisses : les savoir-faire, la main d'œuvre n'ont eu de cesse de traverser la frontière pour donner une teinte particulière à une identité partagée.

Cette histoire partagée a favorisé la reconnaissance par l'UNESCO des savoir-faire en mécanique horlogère et mécanique d'art. La poursuite d'une coopération franco-suisse tout en rebondissements

s'affirme et se renforce.

et d'hommes passionnés.

Cette longue histoire horlogère partagée a favorisé le succès d'activités toutes liées aujourd'hui à l'industrie du luxe. La présence d'un important tissu d'entreprises est le résultat de dynamiques empreintes des choix et des bifurcations antérieurs qui ont écrit l'histoire du territoire et forgé le destin de femmes

Histoire, patrimoine, culture, tradition, expertises et excellence sont les ingrédients du succès d'un véritable écosystème du luxe créateur de richesses et de valeur.



L'âme horlogère pour le 21° siècle

« L'horlogerie est une industrie de passion. Héritage que l'on se transmet de génération en génération, souvenir, cadeau pour marquer un temps important dans la vie, si toutes les montres ne sont pas des produits de luxe, elles sont toujours une émotion que l'on porte au poignet. Objet de convoitise parfois, iconiques souvent, elles traversent le temps en véritables symboles de l'histoire des marques.

L'horlogerie du 21° siècle oscille entre créativité et design; technicité et complication associant tradition et recherche pour faire progresser la technique. L'âme de l'horlogerie est et restera le goût de la précision, l'exigence de la perfection: la bienfacture. »

Propos recueillis lors d'un entretien avec Jean-Jacques Weber, Président de la fédération de l'horlogerie.

Luxe&tech, une belle histoire

Les entreprises ont commencé à s'organiser en un réseau formalisé en 2006. Ce réseau porte le nom de Luxe&tech et est constitué d'une trentaine d'entreprises reconnues pour la ferveur du travail soigné, de la précision et la qualité de finition des productions. Si la première intention était - et reste - de proposer aux marques prestigieuses une offre complète de produits et de services répondant aux exigences très pointues des marchés de l'horlogerie, de la bijouterie-joaillerie, la lunetterie, la maroquinerie, les instruments d'écriture... «Le concept n'est pas figé et ne se limite plus au pays horloger» nous explique Mathilde Passarin, la directrice de Luxe&tech. «Après plus de quinze ans d'un travail collectif résolu, c'est une véritable filière que nous avons construite. Les entreprises le revendiquent aujourd'hui et l'incarnent. Nous nous inscrivons dans une dynamique qui associe la performance industrielle et la RSE aux enjeux contemporains de main-d'œuvre et à celui des nouvelles technologies. Demain, notre objectif sera de poursuivre en élargissant à la fois le périmètre géographique de notre réseau et le champ de compétences de nos membres. »

Née des savoir-faire horlogers, l'association représente plus de 2 000 salariés dont 1 200 en France soit plus de 25% des effectifs franc-comtois du secteur HBJO hors travail du cuir. « Nous sommes animés par la conviction personnelle que notre travail favorise la création de richesses et de valeur ajoutée pour les entreprises et pour le territoire. » : c'est ainsi que Mathilde Passarin résume l'âme du réseau qu'elle anime.

Cérémonie 2022

Juin 2022, la cérémonie de remise des Talents du luxe et de la création s'est déroulée à la Saline royale d'Arc-et-Senans.

Ce lieu, témoin de la naissance de la société industrielle en Europe à la fin du 18^e siècle, conçu par l'architecte utopiste Claude Nicolas Ledoux, a été le premier site d'origine industrielle au monde à bénéficier d'une inscription sur la liste du patrimoine mondial par l'UNESCO en 1982.





Pour cette première édition en région, le choix ne doit rien au hasard : « Si j'ai un vœu à formuler, c'est que les écosystèmes vertueux qui ont été développés par la Bourgogne-Franche-Comté favorisent l'implantation d'entreprises européennes sur son territoire. Ce qui crée une dynamique particulière, ici, c'est la diversité et la complémentarité entre les savoir-faire traditionnels et l'innovation technologique.

Cette région a réussi à créer une conjonction tout à fait exceptionnelle entre l'environnement, les savoir-faire, la capacité d'innovation, la responsabilité sociale des entreprises et l'engagement sociétal des collectivités territoriales. C'est pourquoi, la Bourgogne-Franche-Comté me paraît être, plus que toute autre région, un terreau fertile pour le développement d'activités liées au luxe et à la création. »

Jacques Carles

4 jours d'exposition

4000 visiteurs

80 entreprises exposantes

7 établissements de formation

500 participants à la cérémonie de remise des Talents du luxe et de la création 2022



Le Centre du luxe et de la création, think tank et do tank de référence des métiers du luxe et de la création, est une agora d'échanges et d'initiation de projets communs, notamment à travers le Cercle du luxe qui met en scène plusieurs fois dans l'année des Entretiens du Cercle réservés aux membres.

Dans ce dossier introduit par Vincent Grégoire, membre du jury des Talents du luxe depuis l'origine en 2002 et fidèle compagnon de route du Centre du luxe et de la Création, nous délivrons le fruit des échanges des Entretiens du Cercle qui se sont déroulés le 8 décembre 2022 sur le thème de la RSE. Dans le prolongement de ces réflexions, nous avons fait appel à des personnalités qui ont participé à nos évènement en 2022 et font désormais partie de l'écosystème du Centre du luxe.

Tout d'abord, trois personnalités jeunes et déjà riches d'une grande expérience: Émilie Metge présidente de Christofle et étoile montante du groupe Chalhoub, un de nos partenaires traditionnel, intervenante au Sommet du luxe 2022 et à l'entretien du Cercle du 8 décembre; Julien Tuffery président innovant des ateliers Tuffery également intervenant au Sommet 2022 et Talent du management la même année et Armand Heitz, viticulteur audacieux et Talent du bien-être 2022. Tous trois illustrent pleinement le dynamisme, la variété et l'intelligence des activités du luxe pénétrées désormais par une recherche d'exemplarité qui vient renforcer l'excellence de la production de leurs entreprises.

Éric Charles-Donatien, lauréat du prix Spécial des métiers d'art en 2022, complète leurs propos sur le caractère essentiel de la transmission.

Et enfin des personnalités de la région Bourgogne-Franche-Comté. La famille Dodane, dont l'entreprise Cristel incarne si bien le thème de l'âme du luxe. Damien Dodane, le fils de Bernadette et Paul Dodane qui furent lauréats du Talent du management en 2007, interviendra lors de la table ronde qui précédera la cérémonie de remise des Talents du luxe de 2023. Le dossier se termine avec Sylvain Quidant, cofondateur de la société Cogitech, qui a accepté pour nous de donner forme à l'âme du luxe en réalisant le trophée qui sera remis aux Lauréats.

Bonne lecture.

Parole d'expert



Vincent Grégoire, tendanceur étoile.

Directeur Consumer Trends & Insights au sein de l'agence conseil NellyRodi, sa mission est « d'inspirer les industries créatives ». Depuis plus de trente ans, il étudie les comportements des typologies de consommateurs, les mouvements créatifs, les stratégies des maisons de luxe, les évolutions sociétales. Il est aussi le « Monsieur RSE » de l'agence.

Il travaille en immersion et en perspective. « Mon métier est d'être un passeur d'énergie. Ce qui m'attire c'est ce qui fait grandir et avancer, ce qui met en déséquilibre. J'ai envie de tout apprendre, de tout comprendre, de rencontrer des gens et des savoir-faire. J'ai envie de transmettre et de partager. »

Il revient entre autres du salon SXSW qui s'est déroulé à Austin début mars : « Je suis choqué par ce qui se passe avec l'IA. C'est à mes yeux extrêmement challengeant de faire naître une nouvelle création totalement désincarnée. »

Il répond à la question : « Quelles sont les composantes de l'âme du luxe ? »

Une création contextualisée et humaine

« Le luxe est depuis toujours lié à une créativité disruptive. La création doit être contextualisée. Elle a toujours une raison d'être. À l'exemple de l'année 1997¹, année "Big Bang" dans l'histoire de la mode contemporaine : tout ce qui est devenu iconique était avant tout transgression des codes. Et tout ce qui devient iconique échappe à l'algorithme. Le supplément d'âme de la création, c'est l'intuition, l'émotion, le sensible. Le luxe doit aller vers l'exception, il doit être humain, disruptif et remettre en question. Pour conserver une âme, la créativité doit être intelligente, humaine et spontanée. »

Une autre responsabilité

« Il faut remettre des idées, de l'authenticité au cœur des projets. Le luxe doit faire rêver ou alors il diabolise. J'ai le sentiment que l'on a perdu le grain de folie et que l'on perd en authenticité. Peut-être a-t-on un peu trop laissé le champ libre aux commerçants, au marketing ? Et si nous avons indéniablement besoin de marketing et de communication, ne faudrait-il pas redonner un peu plus de place à la création et à la créativité ? Ne pas laisser la création dériver vers la financiarisation ? »

Un nouveau précieux

« Le précieux ce peut aussi être la technologie. Mais trop de perfection tue l'âme! Envisager un nouveau précieux c'est aujourd'hui travailler sur la recherche expérimentale, sur de nouvelles matières. C'est redonner de la noblesse aux déchets, à une matière déconsidérée ou aux défauts. C'est redonner de la noblesse aux accidents à l'image du Kintsugi². Ce nouveau précieux c'est aussi la façon dont les choses sont travaillées: on doit toucher au sublime même si cela ne valait rien au départ. »

Une intention et un cheminement

« Le luxe doit faire rêver. En allant vers l'expérimental, il fait avancer les choses. Le luxe est une démarche, un cheminement initiatique, mystique presque. Il faut avoir quelque chose à dire, c'est une quête, un travail de tous les jours. Ici, on travaille sur le temps long. D'ailleurs, un des sujets les plus tendances actuellement c'est la quête d'éternité. Qu'est-ce qui va nous survivre ? Qu'aura-t-on laissé comme traces ? »

^{1.} L'année 1997 fait l'objet d'une exposition au palais Galliera : « 1997 Fashion $\mathit{Big\,Bang}$ ».

^{2.} Méthode japonaise de réparation des céramiques brisées au moyen de laque et de poudre d'or.



BACHELOR MBA/MSc

Programmes classés N°1 en France et N°5 monde

NOUVEAU EXECUTIVE CERTIFICATES

Programmes certifiants délivrant un bloc RNCP de niveau 7 et éligibles à un financement CPF



Cercle du luxe 8 décembre 2022

Synthèse

La RSE: l'exploration de nouvelles voies pour le luxe?

Les interventions du 19e Sommet du luxe et de la création 2022 « Luxe en Transition » avaient toutes fait ressortir le sujet de la responsabilité en matière environnementale, sociale et de gouvernance.

La prise de conscience et les transformations engagées irriguent désormais, à des degrés divers, les stratégies des maisons de luxe. La cérémonie de remise des Talents du luxe 2022 en région Bourgogne-Franche-Comté en juin dernier l'a aussi révélé.

Pour les lauréats et les nominés des Talents du luxe, les valeurs environnementales et sociétales sont désormais inscrites au cœur de leurs démarches créatives. Dirigeants de maisons de luxe ou d'ateliers historiques et créateurs sont venus témoigner de leurs parcours, de leurs réalisations et de leurs retours d'expérience, le 8 décembre 2022, lors du 48e entretien du Cercle du luxe.

Résistance, résilience, renaissance... reset?

En 2020, avec la crise du Covid, le luxe est entré en résistance. Il a été confronté à la chute la plus forte jamais enregistrée depuis plus de trente ans. Avec 2021, vient la résilience. Le marché du luxe apparaît comme l'un des premiers secteurs qui retrouve son niveau d'avant pandémie. Puis, avec une année 2022 annoncée comme « spectaculaire », il amorce sa renaissance. « Toutes les catégories de luxe ont maintenant retrouvé ou dépassé leurs niveaux de 2019, avec en tête des reprises post-Covid l'horlogerie et la joaillerie, la maroquinerie et la mode ». Le marché du luxe « devrait connaitre une nouvelle expansion en 2023 et pour la décennie à venir jusqu'en 2030 » et ce, malgré les incertitudes et les turbulences économiques actuelles¹.

Ces trois dernières années marquent un tournant. L'année 2023 sera-t-elle l'année du « reset » pour les acteurs du luxe? Car si rien ne semble avoir changé, tout change en réalité. Les maisons de luxe, comme les autres secteurs d'activité, ont pris conscience des urgences : climatiques, environnementales et sociétales. Les attentes exprimées par les consommateurs - actuels et futurs - sont comme une lame de fond qui engloutira tous ceux qui s'y refuseront. Car si « le luxe est plus que jamais considéré comme une fierté nationale dans les pays où il est le plus développé », il a aussi une obligation d'exemplarité en tant qu'acteur essentiel de l'économie. 65% des consommateurs sont influencés par l'engagement des maisons de luxe.²

Vers un luxe régénératif?

La décennie 2020 sera-t-elle celle de l'exploration de nouvelles voies? Tous les acteurs ont aujourd'hui adopté des engagements, mettent en œuvre des projets et partagent leurs convictions pour plus de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE). La RSE n'est plus une option, c'est une philosophie durable. 60% des consommateurs pensent que le luxe a la responsabilité d'initier la transition environnementale, sociale et sociétale.²

« La nature est une muse »

Depuis toujours, la nature inspire les créateurs. Les nouvelles générations vont au-delà : leurs créations sont aujourd'hui porteuses de messages. Chacune des collections de la maison Capucine H, illustre un sujet en rapport avec l'urgence climatique. « Le bijou est une forme d'art, une petite sculpture que l'on porte sur soi. Le bijou raconte toujours une histoire, voire transmet des valeurs. Il est possible d'aller au-delà du sourcing des matériaux (pierres tracées, or et diamants recyclés) en utilisant la création comme moyen de communication et d'expression, envers ses clients, et de ses clients envers leurs entourages. »

Les nouvelles marques qui placent la RSE au cœur de leurs valeurs et objectifs rendent l'écologie ou le respect environnemental attractif et séduisant. Et celles qui adoptent dès le départ des engagements de durabilité, coûtent en réalité moins cher à la société dans son ensemble.

Le futur du luxe sera hybride

Plus que jamais le luxe est associé à l'artisanat, aux savoir-faire traditionnels ancrés dans les territoires. Pourtant les crises qui s'enchaînent sont porteuses de renouvellements et d'innovations. La raréfaction des matières premières, le désastre écologique et sociétal lié à leur extraction, la prise de conscience de la nocivité des déchets pour la planète et la biodiversité amènent les acteurs à se tourner vers la recherche. Sur ce sujet, le luxe affiche un peu de retard. Le secteur est perçu seulement comme le 7º plus innovant.²

Cyrile Deranlot (Talent du luxe / Invention 2022) est issu du monde de la recherche. Il a créé Daumet, une marque de bijouterie, qui utilise l'innovation scientifique: la production de l'or le plus blanc au monde. Plus blanc mais aussi plus écologique que les autres alliages d'or car utilisant moins de métaux rares, cet or réduit considérablement l'impact environnemental et social dans la production de joaillerie. Nous voici donc entrés dans une nouvelle ère du luxe technologique.

À l'aube d'un profond changement

« Un objet de luxe, c'est un objet qui se répare. » Cette phrase très célèbre de Jean-Louis Dumas est reprise comme un mantra. La qualité et la durée sont dans l'ADN des produits de luxe. Partout de nouvelles politiques environnementales interviennent sur la production, elles sont de plus en plus accompagnées de stratégies de distribution qui adoptent elles aussi les nouvelles contraintes écologiques mais aussi sociétales.

^{1.} Étude Bain and Company réalisée en partenariat avec Altagamma.

² Étude BCG x Comité Colbert – Luxury outlook 2022.

^{85%} des Français et 80% des Italiens, selon un récent sondage réalisé auprès du grand public par le BCG et l'institut Potloc en avril 2022.

^{3.} Confucius

^{4.} NellyRodi

^{5.} Karine Safa, philosophe auteure de « Pourquoi la renaissance peut sauver le monde ».

Mais à quoi sert d'apposer de nouvelles recettes sur de vieux modèles économiques ?

Certains dirigeants de la nouvelle génération se posent la question de la consommation. Une question qui peut être illustrée par le conseil de la styliste anglaise Vivienne Westwood qui s'est éteinte le 29 décembre 2022 : « Buy less, choose well, make it last ». La question de la consommation apparait comme une des clés pour ne pas rater le virage du changement véritable.

La remise en question du modèle économique

« Choisis un travail que tu aimes, et tu n'auras pas à travailler un seul jour de ta vie.³ »

Redonner du sens au travail c'est un des axes sur lesquels planchent les entreprises. Dans la dimension sociétale de la RSE, l'adhésion aux valeurs d'une entreprise donne ce sens au travail au point même qu'un poste répétitif peut être vécu comme le plus beau des métiers.

La RSE crée une dynamique positive qui unit les salariés à la culture de l'entreprise et à la sauvegarde des savoir-faire. Sommes-nous à l'aube d'une transformation fondamentale des entre-prises du luxe? Un mouvement sur le long terme qui embarquera toute la chaîne de la valeur derrière des marques emblématiques? Le luxe étendard d'un processus vertueux qui pourrait faire rayonner un esprit français dans le monde à l'exemple de notre art de vivre ou du style français. Une utopie?

Depuis la nuit des temps, le luxe a toujours fait débat. Réconcilier Socrate et Glaucon ou Rousseau et Voltaire, les « Antis contre les Nantis »⁴ semble illusoire. Mais le débat fait avancer et peut remettre du sens, de l'intelligence sociale et environnementale dans les stratégies des maisons grandes ou petites, emblématiques ou émergentes. La réponse n'est donc peut-être pas de choisir un camp mais d'hybrider les différents points de vue.

Le luxe, par sa forte puissance symbolique, propose une vision du monde. Il apporte des repères et rassure dans un monde chaotique. Les années 2020 lui offrent l'opportunité de sa réinvention.⁵



Participaient aux échanges:
Isabelle Capron, vice-présidente internationale, Icicle Shanghai Fashion Group / Éric Charles-Donatien, plumassier, brodeur, designer, directeur artistique, Mad Studio Camille de Monredon, manager, Climate Change and Sustainability Services / Cyrile Deranlot président, Daumet / Sandra Gasmi, fondatrice de Demain Beauty
Vincent Grégoire, directeur Consumer Trends & Insights, NellyRodi / Laurence Leguay, directrice Sustainable Products and Brands / Capucine Huguet, joaillière, Capucine H
Émilie Metge, présidente, Christofle / Mirela Orlovic, professeur "Sustainable Luxury" Sciences Po - Global Digital & E-commerce director Entrepreneur
Karine Safa, philosophe, experte de la Renaissance / Julien Tuffery, président, Atelier Tuffery.

Conversation

La nouvelle garde du luxe

Émilie Metge, Armand Heitz et Julien Tuffery ont des parcours, des histoires et des actualités différentes. Ils partagent néanmoins de nombreux points communs. De la même tranche d'âge, ils portent une vision nouvelle et militante dans la conduite de leurs entreprises et surtout ils revendiquent des valeurs fortes. Et s'ils incarnaient cette nouvelle âme du luxe?

Ils se sont retrouvés sous les auspices du Centre du luxe, en avril, pour échanger sur les valeurs qu'ils portent et qui les portent. Ils parlent d'une seule voix.



Émilie Metge

Sérial entrepreneure dans l'univers du luxe. Aujourd'hui, présidente de la Maison Christofle, célèbre marque d'orfèvrerie et d'arts de la table fondée en 1830.

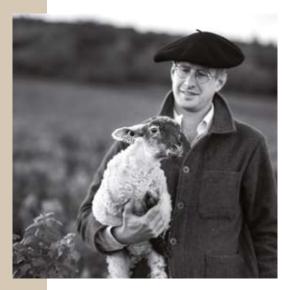
« Ce qui nous réunit Armand, Julien et moi c'est d'être capables d'expliquer à la nouvelle génération qu'on peut gagner de l'argent en le faisant bien. »

Émilie, la « Parisienne »

Émilie Metge aime à rappeler ses origines aveyronnaises : « une famille de bougnats pour laquelle la valeur travail avait un sens profond et où l'on recevait simplement mais on recevait bien. » Ces valeurs sont son moteur.

Elle a toujours voulu travailler dans le luxe et trouve aujourd'hui avec Christofle un terrain d'expression.

Il y a certes un côté paillettes mais la Maison qu'elle dirige est une entreprise industrielle, « une industrie de la métallurgie avant tout » qui perpétue des savoir-faire pour lesquels il n'existe plus de formation. Il faut « 100 mains et 50 étapes pour fabriquer un couvert ». Sa mission est de faire renaître « cette belle endormie », de faire à nouveau étinceler l'orfèvrerie de table dont Christofle est la plus belle marque au monde. Elle défend l'ancrage de « sa » maison dans le pays de Caux en Normandie, elle préserve un savoir-faire de la main ancestral mise sur le compagnonnage pour transmettre le geste, modernise l'outil de production, impulse une fierté d'appartenance et entend bien profiter du regain d'intérêt pour les arts de la table. Elle a été distinguée à la 19e place du classement Choiseul 100 2023 qui récompense les cent jeunes leaders de moins de quarante ans qui font bouger les lignes de l'économie française. Si elle croise de temps à autre un Ministre, le Président ou des personnalités du monde institutionnel, elle utilise surtout « sa casquette parisienne » pour faire bouger les lignes : inclusion, transmission, art de vivre, passion du fabriqué en France.



Armand Heitz

Viticulteur, œnologue, agriculteur. Héritier du vignoble familial, il est le premier à apposer son nom sur les étiquettes. Il recrée les conditions d'une exploitation vertueuse de la terre.

« On doit retrouver l'esthétique, mettre le beau et le bien dans l'éducation. Le luxe de demain est aussi dans l'immatériel. »

Armand, le viticulteur

Enfant, Armand Heitz était passionné de voile. La dégustation d'un verre de Pommard Clos des Poutures 2001 a provoqué le déclic, il deviendra viticulteur. Il a hérité des vignes familiales dont l'histoire est truffée de déboires et de rebondissements.

En 2012, il débute la culture de la vigne sur une parcelle en chardonnay et en pinot noir, avec l'envie de donner son nom au domaine mais aussi, et surtout, d'apporter sa contribution à une viticulture respectueuse de l'environnement. Si les premières années sont expérimentales, Armand Heitz sait ce qu'il veut réaliser. Dix ans plus tard, le domaine est composé d'une trentaine de parcelles en Bourgogne et dans le Beaujolais, de deux jardins en permaculture, d'un élevage bovin de races charolaise et salers et d'un Cellier à Pommard.

En 2020, il acquiert le Château à Mimande pour ancrer ses activités, recevoir et partager sa vision d'un monde où l'homme et la nature vivent en harmonie.

En 2022, il est le premier gentleman farmer à recevoir un Talent du luxe et de la création pour la valeur Bien-être. « Ces dernières années, j'ai vu le climat changer dans ma vigne. Tous les ans, on avance les vendanges d'une semaine. Je n'ai pas envie de laisser un désert à mes enfants. » Il défend un modèle circulaire, vertueux basé sur la synergie des activités. Il milite pour une entreprise respectueuse de son environnement naturel, social et patrimonial.



Julien Tuffery

Maître-tailleur de vêtements en denim, il représente la 4º génération et revient aux sources de l'héritage familial. L'atelier Tuffery est le dernier fabriquant de jean en France.

« On crée de la valeur, peut-être moins à court terme mais beaucoup à plus long terme. »

Julien, le tailleur

En 2016, l'arrière-petit-fils du fondateur de l'Atelier Tuffery, Julien et son épouse Myriam bravent les recommandations familiales et reprennent la plus ancienne marque de jeans français créée en 1892 à Florac.

Son père nourrissait, pour lui, de plus grandes ambitions tant fabriquer des jeans en France, dans les Cévennes, semblait alors le « summum de la ringardise ». Au tournant des années 2010, le Made-in-France fait la couverture des magazines. Julien, jeune ingénieur, saisit sa chance. Il investit : beaucoup de temps et d'argent, à Florac puis achète, dans le Tarn, un atelier spécialisé dans le tissage de toiles biosourcées auprès d'agriculteurs lozériens. «La Lozère c'est ma terre, mes racines, notre histoire, l'atelier de Florac, le point de départ de notre inspiration » et celui d'une incroyable « réussite collective ». En 2022, il dédie aux vingt-cinq personnes qui l'entourent, le Talent du Management. Julien travaille pour tisser une filière textile toute entière et instituer la marque Tuffery acteur vertueux de l'économie régionale. Il prône le retour au «bon sens », l'envie d'une croissance locale durable. Il réussit l'alliance de la mode et de la terre, le mariage d'une manufacture d'antan et des outils de production de dernière génération, il associe innovation managériale et sincérité, formation de spécialistes et polyvalence. Son enthousiasme révèle le meilleur de chacun et de tous pour « faire revenir la valeur finale du produit à l'atelier et financer des ateliers spacieux et lumineux, la formation, la recherche sur les matières, l'écoresponsabilité de l'entreprise ».

« Nous n'avons pas la prétention de changer le monde, mais chaque jour on se pose la question : Et si demain, nous disparaissons, que laisserait-on à nos enfants ? »

La préservation des connaissances et des savoir-faire

Nous ne pouvons pas nous contenter de transmettre un métier avec des livres et des process. Certains savoir-faire ne peuvent se transmettre que par la parole, par l'apprentissage pratique du geste. Le plus important c'est l'expérience partagée.

La meilleure école d'agriculture, d'orfèvrerie ou de confection n'aura de valeur que si l'artisan y acquiert la capacité d'expliquer pourquoi il fait ce geste et l'importance de le faire de telle manière... pour préserver la tradition, pour soigner la terre, pour protéger l'environnement et transmettre à son tour... Le jour où l'on ne saura plus expliquer ce que l'on fait, on aura perdu.

L'excellence et l'esthétique du beau

Ce n'est pas le beau qui compte car l'excellence ce n'est pas le beau : le beau de l'un est aussi le moche de l'autre. L'esthétique et le beau répondent à des critères bien précis. Il est peut-être nécessaire de remettre ces notions dans les programmes d'apprentissage? Que l'on trouve, ici, qu'une fourchette lkéa est plus belle qu'une fourchette Christofle ou qu'un jean fabriqué à l'autre bout du monde par des enfants est plus beau qu'un jean fabriqué dans les Cévennes, apparait comme une aberration. Nous essayons de faire du beau mais ce qui compte c'est de faire du bien et de le faire bien!

Pour quelles raisons? Est-ce respectueux? Pour soi? Pour notre environnement? Pour la société? Pour transmettre à nos enfants? On atteint l'excellence que lorsque le beau et le bien se rejoignent.

Le temps de l'excellence

Dans un monde de l'immédiateté, nous avons le désir de nous inscrire dans le temps long. Les couverts Christofle se transmettent de génération en génération, ils véhiculent aussi une histoire patrimoniale, des histoires familiales, des émotions et des souvenirs.

Les jeans Tuffery se réparent! Et il faut aussi savoir maîtriser le temps pour qu'un vin révèle tout son caractère. Nous avons le désir de construire des entreprises durables. Tenir cette ambition n'est pas facile, tant on a pris l'habitude d'analyser la réussite sur des critères éphémères. Nos démarches seront réellement d'excellence si elles traversent les changements perpétuels et les bouleversements à venir. Si nous réussissons, et nous en avons le dessein, alors en plus d'un refuge financier le luxe deviendra aussi un refuge de valeurs sincères cautionnées par les solides patrimoines, matériels et immatériels, sur nos territoires.

« Quelque chose qui n'est pas vertueux ne peut pas être un produit de luxe »

Le sens de l'innovation patrimoniale

Nous ne sommes pas là pour sauvegarder une activité financière lucrative, nous sommes là pour sauvegarder des savoir-faire ancestraux, pour réanimer des savoir-faire disparus. Et si on le fait, c'est parce que nous pensons que ce patrimoine-là a toutes les clés pour répondre aux enjeux de demain. L'erreur n'est pas d'être dans une logique de rentabilité. Par le passé, il y a eu une tendance néfaste à la financiarisation. Aujourd'hui, nous devons être capables d'expliquer à la nouvelle génération que l'on peut gagner de l'argent en le faisant bien. Ce qui compte c'est la façon dont on le fait et pourquoi on le fait : l'éthique, le bien-être à l'autre, créer une coopération avec la nature. Ce que le luxe permet, c'est d'être vertueux socialement, économiquement et environnementalement.

C'est un modèle de manufacture hybride. L'innovation est dans la manière de construire. On ne peut le faire qu'avec sincérité et authenticité. L'objectif est de créer de la valeur pour créer des valeurs pour soi et autour de soi.

Rencontre

L'art de la transmission

« L'excellence est aussi une philosophie de travail, une façon d'exercer sa technique et d'emmener les savoir-faire dans des sphères plus spirituelles pour donner du sens.
L'excellence est un apprentissage dont seul le créateur apporte les limites. Identifier son talent, chercher à faire toujours mieux, avoir la volonté de s'améliorer... ce qui est important c'est le chemin. »
C'est ce message qu'Éric Charles-Donatien est allé délivrer au Lycée Edgar Faure de Morteau sur l'invitation d'Hélène Astric. Une belle rencontre.





Éric Charles-Donatien

Plumassier

L'intuition d'Hélène

« C'est lors de la cérémonie de remise des Talents du luxe et de la création à la Saline royale d'Arc-et-Senans que je suis entrée en contact avec Éric Charles-Donatien. En tant qu'enseignante et avec ma sensibilité pour le développement durable et le bien-être animal, j'ai voulu savoir d'où provenaient les plumes avec lesquelles il travaille. Nous avons discuté pendant une demi-heure au téléphone. Puis je suis allée dans son atelier. De fil en aiguille, nous avons organisé sa venue au Lycée Edgar Faure de Morteau. Il est resté une journée avec nous, il a fait l'unanimité des étudiants en Design et métiers d'Art joaillerie et horlogerie et des professeurs. » C'est ainsi qu'Hélène Astric, gemmologue et enseignante en gemmologie à SUPMICROTECH-ENSMM et au lycée Edgar Faure de Morteau, nous raconte sa rencontre avec Éric Charles-Donatien, plumassier et prix spécial des Métiers d'art 2022.

Le message d'Éric

«L'excellence? C'est travailler pour autre chose que le seul propos économique. Elle se niche dans l'expertise. Il y a une notion de temps pour acquérir la réalité d'un savoir-faire, la compréhension de la technique mais aussi de la matière et d'une éthique propre. C'est un apprentissage qui n'a jamais de fin. Au fil du temps, la technique va se faire oublier au profit de l'émotion et de la beauté. Il y a un temps pour toute chose, pour la compréhension, pour la connexion et pour la transmission. Avec Hélène on a appris à se connaître. C'était important pour moi d'aller là-bas et de faire le lien entre mon travail de la plume et un artisanat qui a l'air d'être à l'opposé du mien. J'ai essayé de transmettre que la créativité c'est de l'audace, c'est être capable de perdre le sens d'une chose pour en insuffler un autre. En retour, je suis reparti fasciné par l'art horloger. L'excellence, c'est s'attacher à faire vivre l'ensemble des savoir-faire. »

«Je me sens en paix avec la chance que j'ai eu d'avoir rencontré ce Monsieur qui m'a tant transmis » conclut Éric Charles-Donatien en se retournant sur la photo d'André Lemarié. «J'ai eu la chance de travailler avec de grands noms de la haute couture qui m'ont formé. J'ai conscience de ce que cela représente, alors j'essaie à mon tour d'apporter ma contribution à cette transmission. »

Témoignage

L'âme d'une marque

« Les bases sont posées, solides.

Fabriquer des produits dont on puisse être fiers, travailler d'une manière exigeante et pérenne en préservant un esprit libre et le goût du travail bien fait, créer autant pour la performance que pour l'émotion. »

Trois générations sont au travail.

Avec à leurs côtés, une centaine de collaborateurs qui poursuivent cette aventure basée sur un attachement au savoir-faire, à l'innovation, à la création et au plaisir de travailler ensemble au bien-être de tous.

Il y a une âme chez Cristel. C'est certain.



De gauche à droite : Damien Dodane, Emmanuel Brugger, Paul et Bernadette Dodane, Julien Jean.

Le livre-témoignage *La force d'y croire*, écrit avec cœur par Bernadette Dodane. est publié aux éditions Jets d'encre. Bernadette et Paul Dodane ont été distingués par le Talent du Management en 2007. Lorsque cette histoire commence, en 1826, un entrepreneur visionnaire achète un moulin et un vaste terrain. Il s'appelle Frédéric Japy, il a 56 ans. C'est ici que la première casserole emboutie sort des ateliers de Fesches-le-Châtel, dans le Doubs. Sous le seconde empire, Japy est devenue la deuxième entreprise industrielle française. Mais dans la première moitié du 20° siècle, le monde change vite, trop vite, la famille est désunie, l'empire industriel Japy se désagrège. En 1981, les ateliers ferment.

« Si Cristel n'existait pas, il faudrait l'inventer... »

En 1984, Bernadette Dodane est mandatée au chevet de l'entreprise devenue une SCOP sur la conviction d'une poignée d'ouvriers qui tentaient de réanimer et de faire perdurer leurs savoir-faire. De faillites, en dépôts de bilan, en 1987, c'est Paul Dodane avec son ingéniosité, sa compétence et son talent qui va amorcer le sauvetage de Cristel. Il dessine les prémisses du positionnement haut de gamme d'aujourd'hui. La renaissance de l'entreprise commence au tournant des années 1990. La marque Cristel se construit sur la créativité et le sens de l'innovation, sur l'exigence de qualité et d'élégance érigée en exigence morale qui va irriguer une politique commerciale de proximité avec les distributeurs et les clients.

« Le beau est indissociable du bien », tel est le mantra de Paul Dodane. Une philosophie de travail et une philosophie de vie qui se partagent et se transmettent. L'immense cheminée de briques rouges, vestige préservé de l'ancienne usine, rappelle à chacun le chemin parcouru.

« Que ce lieu retrouve sa vocation industrielle et devienne un cas d'exemplarité »

Ce souhait émis par le préfet lors d'une réunion a été entendu par Bernadette et Paul Dodane : « Nous sommes au service du développement de Cristel pour le mieux vivre de celles et ceux qui y travaillent. La vocation d'une entreprise est d'être performante économiquement : elle doit faire vivre confortablement tous ceux qui y travaillent et la valeur ajoutée créée contribue à l'enrichissement de notre pays. Cette performance exigeante pour tous ne s'oppose pas aux valeurs que nous partageons fortement. Je pourrais même dire aujourd'hui que la performance économique devient pour une grande part une conséquence de cet engagement humain, moral et politique. »*

« Une transmission réussie motivée par les valeurs »

L'âme d'une entreprise se transmet-elle? À suivre le développement de Cristel, il semble même qu'elle puisse grandir! Trois générations de la famille Dodane sont aujourd'hui au travail pour poursuivre cette histoire exceptionnelle auprès d'une équipe soudée et unie par les valeurs sociales, sociétales et environnementales qui en sont les fondements. « C'est cette dimension qui nous unit derrière notre marque. C'est le sourire que l'on retrouve chez tous ceux qui parlent de Cristel. C'est la lueur de fierté de tous ceux qui travaillent à la fabrication des produits, qui toute l'année portent nos valeurs en France et à l'international. C'est la formidable communauté des "fans" de Cristel qui ressentent, par-dessus tout, l'amour que nous mettons dans nos produits et le bonheur de le partager et de le transmettre. Chez Cristel, nous sommes attachés à l'idée que le vrai luxe, loin d'être une manifestation tapageuse de statut social, est un moment ou un geste unique de partage de l'âme du créateur à celui qui le reçoit. Ça n'a pas de prix.» C'est donc tout naturellement que Cristel a pris le chemin de l'Entreprise à Mission en 2021, inscrivant dans ses statuts sa raison d'être et sa mission : « Partager avec tous, - collaborateurs, partenaires et clients -, la passion du beau, du bon et du bien.»

^{*} Extrait du discours de Bernadette Dodane à l'Institut de France en décembre 2022 lors de la remise du prix Messe Frankfurt.

Donner corps à l'âme du luxe?

La vie est faite de ces moments-là : les bonnes personnes, au bon moment au bon endroit ; d'une idée qui arrive là où elle pourra se concrétiser.

C'est ainsi qu'est arrivée la collaboration du Centre du luxe et de la création avec Cogitech pour la réalisation du trophée des Talents du luxe.

« Un trophée est un bel exercice... N'ayant d'autre fonction qu'une fonction symbolique, il offre une réelle liberté de création artistique et technique »

« Nous expérimentons, nous innovons à la fois sur les matériaux et les process. Nous jouons à formuler de nouvelles matières, à détourner les machines, à transposer les techniques. Nous ne revendiquons pas l'invention, ce qui nous anime c'est d'avoir une vision transversale et de proposer une expérience complète de la création de la matière à la réalisation complète d'un projet. »

Depuis 23 ans, Cogitech est une entreprise technologique en perpétuelle réinvention.

Son métier est de concevoir et de produire des objets, du mobilier et des éléments architecturaux qui s'intègrent pour une grande partie dans les aménagements des boutiques des grandes marques de luxe dans le monde...

68

« Les marques nous demandent de plus en plus de magnifier des matières éco-responsables. Nous travaillons sur des alternatives à partir de sous-produits pauvres ou des matières minérales telles que les plâtres ou les mortiers. Depuis septembre dernier, nous avons axé nos recherches sur la cellulose de papier utilisée dans le bâtiment comme isolant et obtenue à partir du recyclage de journaux. »

En fin d'année, Cogitech a recruté deux étudiants en Master de design. Leur mission: donner une forme concrète à cette matière. C'est à ce moment-là que l'idée de créer le trophée qui sera remis aux lauréats des Talents du luxe et de la création en juin 2023 commence à prendre corps. La petite équipe est créée au sein de l'entreprise. Marius et Enzo épaulés par Sylvain Quidant se lancent dans la réflexion: comment « raconter » l'âme du luxe à partir de papier mâché?



L'esprit, le cœur et l'âme. L'esprit c'est l'intuition sans laquelle l'idée ne peut se concrétiser. Le cœur résidence de l'âme? Le cœur alimenté par l'intelligence. Le cœur, moteur des émotions et de l'intention qui conduit la transformation. Le trophée prend la forme anatomique du cœur humain. L'âme c'est la métamorphose. Sans âme la matière reste brute et sans objet.

Sculpter une matière brute pour la rendre belle

L'objet dessiné avec la double connaissance de l'artisan-fabricant est modélisé. La ouate de cellulose, matière résiduelle, devient noble selon un procédé low tech spécifiquement mis au point pour l'objet. Le process est numérisé. L'âme est là... présence de l'intelligence qui apporte la valeur à la matière.

Exprimer l'émotion

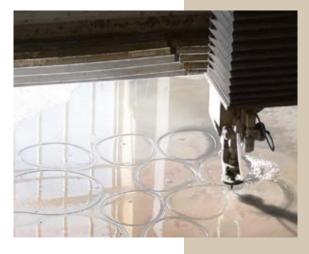
Une série de vingt trophées numérotés éditée en exclusivité par Cogitech. Un développement artistique et technique, la recherche d'un objet sans autre fonction qu'une fonction symbolique. Un trophée porteur de sens et symbole éternel d'un moment d'émotion dans le parcours des lauréats des Talents du luxe et de la création 2023.

« Ce qui nous intéresse, c'est la cohérence que les projets racontent »









Les Grandes Distilleries Peureux

Les Grandes Distilleries Peureux étaient présentes, cette année, lors du dîner des Talents du Luxe à l'hôtel Intercontinental. Le cocktail l'âme du luxe a été créé spécifiquement pour l'occasion.

Fondées en 1864 à Fougerolles (70), elles sont le point d'ancrage d'un groupe devenu leader sur le marché des eaux-de-vie et fruits à la liqueur qui réunit dans un même univers les distilleries Peureux, Massenez, Lemercier et Coulin.

Produit emblématique, les très célèbres Griottines® sont plébiscitées dans le monde entier et accompagnent tous les instants gourmets sur les plus belles tables.

Dans un shaker

Déposer un quartier de citron vert, puis arroser de quelques gouttes de Bitter Cassis Lejay

Déposer les glaçons puis verser : 2 cl de Dom Pacello Royal Orange® 1 cl de liqueur de fleur de sureau Massenez

1 cl d'eau-de-vie de framboise sauvage Massenez 6 cl de jus de cranberry

Shaker et verser dans un verre fantaisie

Décorer avec une brochette de Griottines®



—— Le Centre du luxe et de la création — remercie ses partenaires pour leur soutien fidèle

































le CENTRE du LUXE et de la CREATION ●

www.centreduluxe.com // contact@centreduluxe.com +33 (0)1 56 58 50 57 // 52 rue Madame - 75 006 Paris

Sommet annuel qui inspire les projets et les courants d'évolution de la « planète luxe »



CREATION CONSULTING

Pôle d'excellence en matière d'analyse prospective, de conseil stratégique et de formation

Récompenses prestigieuses attribuées aux créateurs et aux managers des métiers du luxe





Creuset de réflexion et réseau d'influence qui contribue à bâtir l'avenir du luxe et son économie

La réalisation de la revue

Cette édition 2023 de la revue des Talents du luxe et de la création est le fruit d'une alliance d'expertises et d'une capacité éprouvée à travailler ensemble avec la volonté de créer une revue intemporelle et prestigieuse à l'image des créateurs à découvrir au fil des pages.

Sungramma

Coordination éditoriale et rédaction (Besançon 25)

Sungramma est un label qui propose une direction externalisée de projets éditoriaux :

livres, magazines, revues et tout beau support qui vise à mettre en lumière les savoir-faire d'exception, les talents et les territoires.

La création d'un livre d'entreprise ou d'un livre de marque est une expérience collaborative qui se vit pleinement du concept à la diffusion.
Chaque étape soigneusement travaillée concoure à la réalisation d'un bel objet.
Une succession de choix qui mêlent intimement les mots, le style, les angles, les illustrations, les matériaux...

Sungramma c'est aussi un réseau de partenaires fiables, une association d'expertises qui garantit une prestation sur-mesure.



Création graphique, illustration et mise en page.

Agence de communication globale créée en 1996 à Besançon (25), Cactus c'est vingt-sept ans d'imagination, de création, d'émotion, de réflexion, de complicité, d'audace aussi, d'histoire et de savoir-faire.

Cactus travaille pour des entreprises, des institutions, des collectivités et des associations. Du print au digital, Cactus apporte une réponse aux besoins de ses clients en faisant preuve de professionnalisme, de rigueur et de flexibilité. Qualités essentielles auxquelles s'ajoutent le plaisir et l'exigence. La qualité de la relation partenariale est un des atouts les plus tangibles lorsque I'on travaille avec Cactus.

Aurélie et Pierre Bichet ont une forte affinité avec les ouvrages imprimés : ils sont de ceux qui aiment que les écrits restent.



Impression.

Créée en 1909 à Ornans (25), l'Imprimerie Simon affirme sa différence, ses valeurs et son savoir-faire acquis en quatre générations et renforcé par un parc-machines qui repose sur les dernières évolutions technologiques.

Sur quatre sites, l'entreprise familiale et indépendante emploie soixante-dix salariés qui veillent à la qualité d'un service complet allant de la conception graphique, à l'impression offset ou numérique jusqu'à la finition

et la distribution des imprimés.

Acteur responsable, l'entreprise est le seul imprimeur en France à exploiter un atelier de production 100% CO² neutre dont l'empreinte carbone générée, de la fabrication au transport, est entièrement compensée.



Partenaire papier.

Fedrigoni Paper est au cœur de la production de papiers haut de gamme pour l'impression, l'édition, les étiquettes, la reliure et le packaging.

125 ans d'une histoire italienne de production de papier qui a guidé les plus beaux projets des plus grands designers, pour rendre chaque idée unique.

Une histoire qui associe la tradition, l'innovation et une attention particulière aux processus à faible impact environnemental pour répondre au plus près aux critères ESG.

Fedrigoni c'est aussi une fondation qui soutient l'histoire du papier et des filigranes et le développement responsable de cette industrie.



REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE

