

## Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

### Luxe

Date : janvier 2017 – août 2017

Proposé par : SémioConsult®

Auteur : Anne-Flore Maman Larraufie, PhD

Contact : [anne-flore.maman@semioconsult.com](mailto:anne-flore.maman@semioconsult.com)



SémioConsult® est un cabinet de conseil pour entreprises et particuliers fondé sur une expertise reconnue à l'international et une connaissance fine du monde de la marque, du luxe et de ses codes. Spécialisé dans la gestion de la marque incluant la compréhension des consommateurs, les problématiques liées au Made in France & Made in Italie, et dans la lutte contre la contrefaçon, il compte dans son portefeuille client des institutionnels, des PME, ainsi que des marques prestigieuses en France et en Italie.

Des conférences et formations professionnelles sur ces différentes problématiques sont par ailleurs organisées à la demande de clients (entreprises, fédérations professionnelles, chambres consulaires, écoles...).

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



17 Jan 2017 Posted By Emmanuel Grolleau A LA UNE TENDANCE

## Scandela Eyewear : le très haut de gamme made in France

**En ce début d'année, une nouvelle marque fait son apparition sur le segment du luxe : Scandela Eyewear.**

Fondée en 2015 au cœur des Alpes, cette jeune marque propose des modèles haut de gamme qui utilisent aussi bien le savoir-faire traditionnel que les dernières technologies. D'ailleurs, les créateurs de la marque se sont inspirés des processus de fabrication utilisés dans l'aérospatiale, la voile ou la compétition automobile pour créer leurs modèles.

Le premier, baptisé Pike's Peak, est une solaire « *façonnée à partir d'un bloc de carbone TPT véritablement taillé dans la masse* ». La monture évoque ainsi une texture minérale, dans un style assez brut. Les verres ne résistent pas à l'ambition haut de gamme de la marque et promettent des qualités optiques exceptionnelles (Filtration UV 100%, protection solaire catégorie 3, traitements anti-rayure, anti-reflet, hydrophobe, oléophobe et spécifications surpassant les 3 standards de référence EN 1836, ANSI Z80.3, AS:NZS 1067). Ils sont d'ailleurs ornés de métaux précieux et accompagnés de visserie dorée à l'or fin.

Ce premier modèle sera produit en seulement 100 exemplaires numérotés, avec des verres en platine pur ou or 24 carats. C'est d'ailleurs la stratégie que compte développer par la suite Scandela Eyewear : fabriquer des modèles solaires unisexes dans un premier temps, produits en très petite série.

Il faut dire qu'avec un prix affiché à partir de 5 000 euros, ces lunettes ne s'adressent pas à tout le monde. D'ailleurs, pour la commercialisation qui se fera notamment à travers le réseau des opticiens, la marque ciblera bien entendu des points de vente positionnés sur le créneau du très haut de gamme.



FASHION &amp; STYLE

# Christian Lacroix Puts Opulence into a 'Midsummer Night's' Ballet

By DANA THOMAS MARCH 7, 2017

PARIS — For 30 years, the French couturier Christian Lacroix spent every fashion week sequestered in a studio in Paris, diligently conducting last-minute fittings and approving final looks for a runway show. This week, he has spent his days in the Opéra Bastille, carefully studying the costumes and sets he has designed for a different kind of production: the Paris Opera Ballet's new staging of George Balanchine's "A Midsummer Night's Dream," which is scheduled to open March 9, just as the Paris collections come to an end.

"You know, the butterfly wings have to be the right height to the millimeter so the dancers don't hit them," Mr. Lacroix said. "And the dancers have to be able to move. If something is uncomfortable or doesn't work, we have a week to fix it for opening night."

Nearly a decade has passed since Mr. Lacroix retired from fashion following the bankruptcy of his namesake couture house. "It was awful" at first, he said. "But since then, I have taken a path that is far more personal. All these passions of my childhood and youth are now my occupation in adulthood."

Namely, stage design. Growing up in Arles, a centuries-old city in Provence that once served as a Phoenician port, Mr. Lacroix studied art history, with the idea of becoming a curator. But his first love was costuming.

"I remember when I was 11 and I first saw Visconti's 'The Leopard'," he said, referring to the 1963 film by the neorealist director Luchino Visconti about Sicily's decadent 19th-century aristocracy. "That was it," Mr. Lacroix said. "To reconstruct that epoch was my passion."

When Mr. Lacroix moved into fashion in the 1970s (because, he said, “costume was dead”) and opened his couture house in 1987, his timing was spot on: “Fashion was very costume-like, with great eccentricity and characters such as socialite Marie-Hélène de Rothschild still hosting masquerade balls.”

Still, even as his brand took off, he continued to work on freelance costume projects on the side, such as “La Gaîté Parisienne” for the American Ballet Theater in 1988 and Mr. Balanchine’s “Jewels” for the Paris Opera Ballet in 2000. “For me, fashion and theater are the same métier,” Mr. Lacroix said. “To put women in the spotlight.”

Two years ago, Benjamin Millepied, then the director of dance at the Paris Opera Ballet, approached Mr. Lacroix about its new version of “A Midsummer Night’s Dream.” Created in 1962 for the New York City Ballet and based on Shakespeare’s charming comedy about the transforming power of love, the two-act work was Mr. Balanchine’s first original full-length ballet, and, with sylvan sets by David Hays and sugarplum-like costumes by Karinska, a stylistic departure from his spare, modernist oeuvre.

Initially, “Benjamin wanted something less 19th century” than what Mr. Balanchine had first mounted, Mr. Lacroix said. As a starting point, Mr. Millepied gave Mr. Lacroix videos of a New York City Ballet performance in the early 2000s, when he danced the role of Oberon, the king of the fairies, and a 1967 filming supervised by Mr. Balanchine. Mr. Millepied wanted “something more opulent than what’s usually done,” Mr. Lacroix said.

There was one obstacle: the George Balanchine Trust in New York, which has stylistic approval of all Balanchine productions. “The trust is quite vigilant,” Mr. Lacroix said. “It requires the use of certain materials, because that’s what Balanchine said was best for movement, and to follow the composer’s music. Balanchine made very precise notes — what sort of skirt should be in organza, things like that. He often designed himself, and he would always be on hand to make sure the choreography and décor and costumes were as they should be.”

“I did not find this confining at all,” Mr. Lacroix said. “In fact, I found it inspiring. It harks back to my youth, when I first learned of Balanchine. I loved taking it all in and adding my own ideas.”

Mr. Lacroix sketched sets inspired by the romantic Pre-Raphaelite movement of late 19th-century England, “with a magic forest with green and blue trees, and a tableau with giant flowers, like in Victorian books,” he said.

For the wedding scene, he conjured a neoclassical palace, “like in an ancient lithograph, very rococo.” For the costumes, he proposed “big chiffon dresses with lots of draping, in peach and rose,” and “tutus all white and classic” and “lots of gold, like Louis XIV at Versailles. It must be gleaming! It must shine!” A final selection was approved after several back-and-forths with Mr. Millepied; Aurélie Dupont, the former Paris Opera Ballet étoile who is now director of dance; and the trust.

To help execute the costumes, the Paris Opera Ballet received donations from two 19th-century-era suppliers: Sophie Hallette, the lacemaking company in Caudry, France, and Swarovski of Wattens, Austria. Both have worked with the dance company for decades.

Sophie Hallette provided embroidered floral lace in iridescent metallics, snow white and “bonbon pink,” according to Maud Lescroart, the company’s marketing director. Swarovski sent more than 200 different types of stones, including a newly developed “special motif for the organza butterfly wings, which combines crystals in three blue hues,” said Nadja Swarovski, the company’s communications head.

Two weeks before the premiere, the ballet’s costume director, Xavier Ronze showed off the production’s 200 costumes being readied by the atelier. In one large workroom, nearly two dozen seamstresses busily hand-pleated bubblegum-pink chiffon bodices, affixed sparkling crystals onto white tulle tutu appliqués, attached lace cap sleeves to embellished corset tops, and veiled silver lamé panels with ivory tulle “to tone down the sheen,” Mr. Ronze said. “Otherwise when we shine a spotlight on the dancer, the silver blazes from the stage.”

In the men’s atelier, seamstresses hemmed ample brocade capes and attached rosettes, sashes and epaulets to jacket shoulders. The cape for Theseus, the Duke of Athens, required six yards of fabric. All of it shimmered. “There is gold everywhere,” Mr. Ronze said. “Everything is gilded.”

Upstairs, in the accessories workshop, artisans applied final sequins and feathers to bulging insect-eye hats and butterfly-antenna headbands, and built

dozens of fairy tiaras with copper wire, Swarovski crystals and faux gems recycled from disused vintage costumes. “Christian loves when we incorporate old pieces,” Mr. Ronze said. “It brings the ballet’s heritage into new work.”

At the Bastille theater a week later, Mr. Lacroix was thrilled with how it had all turned out. “It has been an enormous amount of work, but I loved every minute,” he said. “You know, I’ve always been a costumer in my heart.”

***Correction: March 8, 2017***

An earlier version of this article misidentified one of the “Midsummer Night’s” videos given to Mr. Lacroix. It was a 1967 film of a New York City Ballet performance, not Peter Hall’s 1968 feature film of Shakespeare’s play.

*Continue following our fashion and lifestyle coverage on Facebook (Styles and Modern Love), Twitter (Styles, Fashion and Weddings) and Instagram.*

A version of this article appears in print on March 16, 2017, on Page D7 of the New York edition with the headline: Trying His Hand at Butterfly Wings.

# Baume & Mercier innove avec un nouveau cuir

Paris Match | Publié le 29/07/2017 à 18h00

Charlotte Anfray



*Un nouveau cuir Made in France pour les bracelets... à base de peau de truite.*

DR

*La Maison Baume & Mercier dévoile les nouveaux bracelets de la collection Petite Promesse en cuir de Banka, une peau de truite aux teintes franches et élégantes. Une idée originale à l'image de cette nouvelle gamme de montres.*

Le poisson est rarement utilisé dans la création de montres. Il est vrai que c'est assez inattendu. Mais Baume & Mercier a osé relever le défi avec ce nouveau cuir Made in France. Il est en effet créé au cœur du pays basque dans le village de Banka. Il provient d'une variété de poissons rare, la truite arc-en-ciel, initialement réputée pour sa chair raffinée que l'on retrouve dans de prestigieux restaurants. La Maison a souhaité détourner cet usage pour en faire un ornement de décoration. Chaque peau est différente, les écailles de la truite formant des motifs contrastés mis en relief par le procédé du tannage.

**Lire aussi :** [Baume & Mercier : des montres nude pour l'été](#)

Un trio de trois coloris éclatants est proposé : un rouge lumineux plein d'énergie, un vert franc de caractère et un bleu vif ultra-chic. Le bien être animal n'est pas oublié car leurs besoins passent avant la productivité. La ferme, où sont élevés ces poissons, est implantée autour d'un moulin du XVIIe siècle. Elle est alimentée par la source Arpéa. Une belle création qui fait voyager sa porteuse aux confins de la belle région du Pays Basque.

## Longchamp : dans les secrets de l'usine historique du Perche

Prestigieuse marque hexagonale du luxe, Longchamp est une vraie réussite made in France. Mais aussi made in Orne puisque l'une de ses usines historiques est implantée à Rémalard dans le Perche. Visite.

© Publié le 14 Août 17 à 10:21 [Voir les commentaires](#)



Patricia Lopert dirige l'unité depuis vingt-cinq ans

Bienvenue dans l'univers feutré du luxe à la française, du savoir-faire hexagonal transmis méthodiquement de génération en génération.

A Rémalard, au cœur du Perche, se trouve une usine méconnue, pourtant l'une des plus anciennes du groupe Longchamp. Ici, le leader de la maroquinerie, fait façonner de la «**petite maroquinerie**», celle qui vient garnir des sacs à main de renom.

«**Le site de Rémalard fait réellement partie du patrimoine rémalardais relève Patricia Lopert qui dirige l'unité depuis vingt-cinq ans. En effet, avant de s'installer où elle est actuellement, l'entreprise se trouvait, dans les années soixante là où se trouvait l'atelier d'Alfred Lamarthe.**

### Six sites dans le Grand Ouest

En 1992, dix embauches viennent grossir le site de Rémalard, un personnel encore présent aujourd'hui, aux côtés de ceux qui sont entrés dans l'entreprise dans les années soixante-dix ! Une longévité témoin d'une qualité de vie au sein de l'entreprise. Le groupe compte six sites dans le Grand Ouest et quelque 800 maroquiniers.

Le site mère se trouve à Segré (Maine-et-Loire), un centre névralgique pour le monde entier qui regroupe toutes les composantes, des prototypes à l'industrialisation en passant par la réception des matières, la réexpédition.

En France, les six usines comptent de 30 (Rémalard) à 420 salariés.

Le groupe possède aussi une usine en Tunisie, une à L'Île Maurice et fait de la sous-traitance en Roumanie, Turquie et Chine.

«**Mais nous avons un fil rouge : tous nos produits sont absolument estampillés avec nos formations, avec nos matières, avec nos machines**» précise David Burgel, le directeur industriel.

### On fait de l'artisanat industriel !

Les «**petites mains**» de Rémalard confectionnent dans le plus grand secret la «**petite maroquinerie**» (portemonnaie, porte-chéquier, porte-cartes, portefeuilles, mini-sacs à main...) qui va venir garnir les rayons des magasins spécialisés la saison suivante. Ici, la confidentialité va de pair avec le savoir-faire et est dans l'ADN des salariés qui, s'ils restent attachés à un secteur précis, sont, pour la plupart très polyvalents. Depuis 2007, l'image de la marque a connu un véritable boom, grâce notamment à l'essor du «**Pliage**» qui a permis d'offrir des sacs plus accessibles tout en restant très qualitatifs. Les collégiennes en raffolent la réussite tient dans des équipes techniques «**qui se déplacent sur tous les sites et expliquent les méthodes de façon à ce qu'il n'y ait strictement aucune différence dans aucun site du monde**» souligne David Burgel.

### Dernières actus

- Avant-hier [Café réparation et ciné en plein air à Nogent-le-Rotrou](#)
- Avant-hier [Longchamp : dans les secrets de l'usine historique du Perche](#)
- 12 août 2017 [Du stand up paddle sur l'étang](#)
- 11 août 2017 [Le monument aux morts tagué](#)
- 11 août 2017 [Golf du Perche : nouveau chef-cuisinier](#)
- 10 août 2017 [La semaine en 5 acts](#)
- 10 août 2017 [Pluie d'étoiles filantes des Perséides : observez bien le ciel ce week-end !](#)
- 10 août 2017 [La section K13 de la Sécurité civile face à « l'apocalypse » en Corse](#)

**SUPER U**  
DU MERCREDI 16 AU SAMEDI 26 AOÛT 2017

LA RENTRÉE  
PETIT  
BUDGET

Route d'Alençon  
61400 SAINT-LANGIS-LES-MORTAGNE  
**02 33 25 42 44**  
[Cliquez ICI](#)

### L'Action Républicaine

Votre journal papier ou numérique.



[J'achète](#)

[Je m'abonne](#)

» Contact



**L'Action** n'a rien à voir avec les autres médias en ligne de ce groupe, « on fait le journalisme, pas le marketing ! »

Et pour Rémalard, la petite taille du site n'enlève en rien à la qualité des savoirs des salariés comme l'ajoute David Burgel : « **Ici le savoir-faire en petite maroquinerie est devenu plutôt rare et nous avons des employées qui sont là depuis quarante ans ! Nous devons donc anticiper les départs en retraite.** »

Laurent Rebours

#### Quelques chiffres

Le groupe est entré totalement dans le monde de la mode haut de gamme, plus de 60% des collections est renouvelé à chaque fois à raison de deux collections par an ! Un sacré challenge pour les équipes car les techniques changent.

Le groupe peut répondre également à des commandes très spéciales, du sur-mesure pour, évidemment, des séries confidentielles.

– Le site de Rémalard compte 30 salariés dans les domaines du parage, de la teinte, le piquage et l'emballage.

– 1,2 million de mètres carrés de cuirs sont traités chaque année à l'échelle du groupe

– 2 millions de mètres carrés de toile

#### Une histoire

Longchamp, c'est une belle histoire familiale qui remonte à 1948.

Jean Cassegrain et sa femme Renée (la Maison est toujours dirigée par cette famille) sont vendeurs de tabac à l'origine avec la civette Au Sultan. Ils décident de se positionner sur les pipes haut de gamme lorsqu'ils cherchent à écouler un stock important. Ils ont l'idée judicieuse d'en faire des objets de luxe et de les gainer de cuir mais aussi de fabriquer des blagues à tabac, des cendriers et de la maroquinerie de grande qualité. Le succès est planétaire et Elvis Presley ou Staline se fournissent chez eux.

Ils concluent alors divers partenariats dont celui avec M. Lamarthe à Rémalard, ce qui fait du site de l'Orne un site historique du groupe.

#### Ateliers-école

Depuis quatre ans Longchamp a lancé une ambitieuse politique de formation et d'embauche par le biais d'ateliers-école. Une formation assurée de A à Z répondant aux attentes de l'entreprise et palliant l'absence d'enseignements adaptés offerts par le système éducatif. Le premier site a ouvert en 2011 dans la Mayenne en partenariat avec Pôle emploi et les boîtes d'intérim. Il n'y a aucune considération de CV ni de parcours scolaire, seules comptent la dextérité et surtout la motivation.

En quatre ans, 140 personnes ont été embauchées sur 1000 rencontrées et trois ateliers-école ont été montés depuis. Quatre mois de formation puis huit mois en production et c'est une embauche directe en CDI. Grâce à ce dispositif des sites ont pu être maintenus.

Accélérer l'avenir

**Hewlett Packard**  
Enterprise

**HPE Synergy.**  
Le futur d'abord.  
Soyons prêts.

Jugez vous-même



Présenté par HPE et Intel.  
Intel Inside pour une productivité exceptionnelle.

Loïc Jumeau / [L'Action Républicaine](#) / [Commentaires](#)

Économie

[L'Action Républicaine](#)

Normandie

[Rémalard en Perche](#)

### À lire aussi



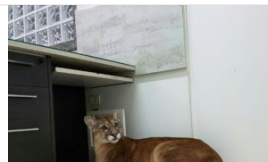
[Loisirs-Culture](#) [Gomené](#)

Football : 17 recrues rejoignent Gomené



[Non classé](#) [Pont-Audemer](#)

De belles éclaircies et des températures agréables ce mercredi à Pont-Audemer



[Insolite](#)

Un puma évacué d'un bureau en pleine ville



[Société](#) [Renouard](#)

Le tournoi de tennis du Renouard âprement disputé



[Société](#) [Mortagne-au-Perche](#)

Ava a demandé 1 € symbolique au président Emmanuel Macron