

BEL'RP

PARIS 'FINEST 

volume 5

PARIS • FINEST

Imprimé sur Freelife Vellum 140 gr - Fedrigoni



L'INSTANT
CHANEL



LA MONTRE

J12



LA CONCIERGERIE

Merveilleusement située dans l'Île de la Cité, sur les rives de la Seine, inscrites au Patrimoine Mondial de l'UNESCO, la Conciergerie constitue un lieu de visite et de réception prestigieux et unique par son histoire, ainsi que par son ensemble exceptionnel de salles gothiques édifiées au XIV^e.

Wonderfully located on the Île de la Cité, on the banks of the Seine river, UNESCO World Heritage Site the Conciergerie is a prestigious building and reception venue that is unique in its history and with its exceptional 14th century gothic rooms.



FONDATION
18 JANVIER 1910
←→

PUBLISHER

BEL'RP

belrp.com | proudlyparisian@belrp.com

FOUNDER

Judith Beller

PARTNER

Sacha Lucas

PROJECT MANAGER

Déborah D'Aietti

EDITORIAL

Cynthia Fleury

Olivier Daudé

Catherine David

Déborah D'Aietti

Judith Beller

ART DIRECTION

Bel'RP

GRAPHIC DESIGN

Élodie Chaillous-de Witt | helloelo.fr

PHOTOGRAPHY

Jean-Marie Marion

Antoine Poupel

Guy-Lucas de Peslouan

Judith Beller

CARTE DE PARIS

REMEDI

INTERNATIONAL GROUP PUBLISHER

Sven Boermeester | globalvillage.world

CHAPITRE 2 | SENS N°1

—
Vue – TO SEE *P.12*

EN VUE | IN SIGHT *pxx*

CULTURES | CULTURE *pxx*

CHAPITRE 3 | SENS N°2

—
Ouïe – TO HEAR *P.12*

RESONANCES | RESONANCE *pxx*

USAGES | USAGE *pxx*

CHAPITRE 4 | SENS N°3

—
Odorat – TO NOSE *P.12*

FLAIR | SMELL *pxx*

ÉCLATS | GLORY *pxx*

CHAPITRE 5 | SENS N°4

—
Toucher – TO FEEL *P.12*

SAVOIR-FAIRE | KNOW-HOW *pxx*

ETOFFES | CLOTH *pxx*

CHAPITRE 6 | SENS N°5

—
Goût – TO SAVOUR *P.12*

LE PALAIS | PALATE *pxx*

BOUCHES | LIPS *pxx*

CHAPITRE 7 | SENS N°6

—
Sens – TRUTH *P.12*

CONSCIENCE | AWARENESS *pxx*

PROTECTION | DEFENSE *pxx*

CHAPITRE 8

—
Networks *P.12*

CHAPITRE 9

—
Distributeurs

P.12
LOREM IPSUM

BEST OF PARIS

PARIS 'FINEST

PARIS 'FINEST

PARIS 'FINEST

PARIS(S)
DES
SENS

CHAPITRE 1

—
PARIS FINEST

—
ÉDITOS_{pxx}

Paris, tu m'as vu Naître.

Le Te Penne

L'œil de l'or

18

Parti, Tu n'as pu Qu'etre étrangère.



"More"

Je vis ta lumière,
Son essence.

AVANT-PLAISIR

FOREPLEASURE



“Le soleil est bon, la pluie est bonne,
tout bruit est musique.

Voir, entendre, flairer, goûter, toucher,
ce n'est qu'une suite de bonheurs...”

*“The sunshine feels goods, the rain feels good, every noise is like music.
Seeing, hearing, smelling, tasting, touching, everything is but a string of delights...”*

EMILE-AUGUSTE CHARTIER, DIT ALAIN

Le 5, C'est le nombre de l'harmonie et de l'équilibre. C'est aussi celui de la grâce divine. Le chiffre 5 est caractéristique de l'homme. D'abord, selon la Kabbale, c'est celui de l'Homme parfait - débarrassé du côté animal. Selon la Bible, il est le symbole de l'Homme-Dieu de par les cinq plaies du Christ en croix - à ce titre, il est naturellement le nombre de la grâce. Le 5 se retrouve dans le corps humain: les 5 doigts de la main et des pieds, les 5 sens, les 5 membres, les 5 os formant le métacarpe, le métatarse et la boîte crânienne... Envisagé comme le médiateur entre Dieu et l'univers, le 5 est considéré comme symbole de la création.

LA PREUVE PAR 5

Le volume 5 du *Best Of Paris* tend au perfectionnement de son excellence.

A ce titre, le nivellement par le haut appelle son changement de nom.

« FINEST »

Ce qu'il y a de mieux, de plus fin, de plus précis encore. C'est la confirmation des 4 années de travail acharné qui l'ont précédé. C'est l'affirmation de notre intention, et du bien nommé de la défense du savoir-faire et du patrimoine vivant dans laquelle nous nous inscrivons.

Les valeurs communes sont le lien qui unit nos partenaires à Paris, et qui les unira à l'universalité du projet, et aux autres, autour du monde.

« PLANET'S FINEST ».

Créer du lien. Créer de la valeur. Honorer les transmissions. Faciliter les échanges. S'ouvrir à la différence.

Au sein de cette ode à la beauté discrète du genre humain, le thème des 5 sens était l'évidence. Et le 6^e, l'imperceptible, se devait d'être celui du sens. De ceux qui dévouent une partie de leur temps ou la totalité à des causes justes.

Car la splendeur s'appuie sur la matière, le papier Fedrigoni était l'évidence en ce nouveau début. Cette belle maison d'origine italienne est pro-active en France et travaille déjà avec une grande partie de nos partenaires. La filiale française est représentée par une équipe féminine et engagée qui va droit à l'essentiel. Les gammes sont riches de multiples déclinaisons, laissant à l'imaginaire toute sa place pour exister. Un vrai plaisir que cette nouvelle aventure, qui gagne aussi en légèreté... Car en 140 grammes, ce papier équivalait largement à certains papiers de création bien plus épais. Le Freelife Vellum s'appuie sur une belle manufacture et contient du coton. Son toucher transporte au cœur de sa substance. N'hésitez pas, touchez. Vous allez découvrir une nouvelle forme de volupté.

Eveillez vos sens, et commencez à lire, à sentir...
Bienvenue chez nous tous.

5 is the number for harmony and balance. It is also the number for divine grace. The number 5 is key to mankind. First, according to the Kabbalah, it is the number for the perfect Man – rid of the wild side. According to the Bible, it is the symbol of the God-Man, with the five wounds of Christ on the cross. Number 5 is also found in the human body: 5 fingers, five toes, 5 senses, 5 limbs, 5 bones forming the metacarpus, the metatarsus and the cranium....

Regarded as an intermediary between God and the universe, the number 5 is considered a symbol of creation.

CASTING OUT FIVES.

Volume 5 of *Best of Paris* tends toward the improvement of excellence. In this respect, a levelling upwards is calling for a name change.

“FINEST”

The best, the finest, the most specific. It is the completion of 4 years of hard work. It is the assertion of our intention and of the aptly named defence of know-how and living heritage that we are part of.

Common values are the link that connect our partners to Paris and that will connect them to the project's universality, and to others around the world.

“PLANET'S FINEST”

Creating bonds. Creating values. Honouring transmissions. Facilitating exchanges. Opening up to differences.

Within this ode to the discreet beauty of mankind, the theme of the 5 senses was self-evident. And the 6th one, the imperceptible one, should be that of meaning. That of those who dedicate some or all of their time to just causes.

Because the splendour is based on the material, Fedrigoni paper felt obvious for this new beginning. This beautiful Italian house is pro-active in France and already working with a vast majority of our partners. The Paris office is represented by a committed team of women who go straight to the point. The ranges are very varied, leaving room for imagination. This new adventure is a true pleasure, that is growingly light... Because in its 140 grams version, this paper is well worth thicker creation papers. Freelife Vellum is beautifully manufactured and contains cotton. Its touch takes you to the heart of its substance. Feel free to touch. You are about to discover a new level of delight.

Awaken your senses and start reading, feeling...

Welcome with us all





PARIS ⁶ FINEST

1

EDITO

PARI(S)
DES
SENS



« **QUARTIER SENSIBLE** »... Il est étonnant de voir qu'on ait choisi ce vocable pour qualifier l'insécurité d'un endroit et non pas sa valeur positive émotionnelle. Cela jette un voile de suspicion sur les sens en général, comme s'ils étaient dangereux, comme s'ils étaient indissociables de passages à l'acte transgressifs. Alors qu'aimer une ville nécessite précisément d'avoir ses sens en éveil, éveillés par elle.

Aimer Paris, c'est aimer ses ciels parfois bleu électrique, parfois teintés de rose matinal, gris aussi, blafards, avec une lumière nordique qui frappe l'œil, et les lunettes de soleil sont alors encore plus nécessaires.

Aimer Paris, c'est arriver à se nourrir de cette beauté, aimer la pluie le long des quais, désormais protégés au patrimoine de l'Unesco. C'est aimer les nuits interminables, nuits quasi russes, de l'été, où la lumière de l'Ouest plonge sur la Seine.

C'est aimer aussi les montagnes à l'intérieur de la ville : Montmartre et Sainte-Genève, si l'on veut nommer deux dignes représentantes des deux rives. Imaginaire de la rive droite, imaginaire de la rive gauche, et chaque parisien de cœur aime à jouer avec cette frontière imperceptible pour beaucoup, irréductible pour tant d'autres.

Vous voulez découvrir Paris, certes allez marcher, mais saisissez-vous de la littérature : prenez Hugo, Zola, Hemingway, Baudelaire et son spleen, Aragon, Apollinaire bien sûr, tiens aussi Miller pour une approche plus érotisante. Paris est terriblement littéraire, comme toute grande ville magnifique. On sent là que quelque chose peut arriver, va arriver, est arrivée. On sent, cela ne s'explique pas. La respiration est plus forte. On s'ouvre. On respire.

Tous ceux qui viennent à la Capitale viennent pour y respirer plus, alors que l'air y est plus piteux. Mais respirer ce n'est pas seulement inspirer de l'air, c'est sentir sa vie dans son corps s'animer, rencontrer son âme, prendre la main de ses désirs alors qu'on les laissait de côté, de peur de ne pouvoir que les décevoir.



© Francesca Mantovani





*« Sentir la ville, c'est l'écouter,
avec sa cacophonie possible,
la sienne, et qui dès lors,
ne prend plus le nom de cacophonie,
mais seulement celui d'identité sonore »*

Je vis sur l'île de la Cité, entre les rives, sur ce cœur qu'est Notre-Dame, et cette boussole de la France. Comme protégée par la beauté de Paris, car elle est indéniable, universelle.

Pourtant toute beauté, si transcendante soit-elle, est inséparable de la fragilité: le temps qui passe, le manque de soins et de moyens, l'indifférence grandissante, le manque d'humilité, de sagesse, de perspicacité face à la beauté ancestrale, là depuis toujours pour les générations actuelles, et donc nécessairement là demain. Mais non, rien n'est moins sûr. Il faut prendre soin des villes pour qu'elles continuent d'offrir à nos sens le sentiment de vivre et d'aimer la vie.

Paris a su aussi depuis quelques années aimer ses friches, les mettre à disposition des artistes, temporairement. Ils voyagent alors à l'intérieur de Paris, font émerger ces tiers-lieux, ces dents creuses, leur proposent une vie entre deux vies plus longues, une séquence sensitive, là encore un espace-temps où chacun peut expérimenter de façon plus émotionnelle sa citoyenneté.

En quête d'espace sonores, il y a la Seine matinale, n'importe quel square municipal, n'importe quelle rue piétonne, ah les pavés, le bonheur des pavés et des réminiscences proustiennes; on sera bien triste quand il n'y en aura plus à cause de je ne sais quelle mauvaise idée, comme lorsque les phares jaunes nous ont quitté pour laisser place aux phares blanchâtres des voitures. Une directive européenne, paraît-il, à la manœuvre de la mort de la culture. Je me souviens parfaitement de ce moment, ridicule certes, car après tout, changer la couleur d'une ampoule est un geste faiblement historique et civilisationnel, mais en matière d'émotion et d'esthétique, ce fut là un massacre.

Et les odeurs, diront les désagréables. C'est vrai qu'il est risqué pour les narines un peu fines d'aller flirter dans les rues étroites, là où les voitures sont pourtant interdites, là où les mains pourraient se toucher au travers des fenêtres des étages. Mais si l'on veut être juste, les parfumeurs savent à quel point l'odeur de l'indole ou du oud, maniées à dose infinitésimale, font des merveilles pour les sens un peu endormis.

Autre grand blasphème, la chasse au bruit naturel par la mauvaise musique, et même, allons disons-le, la musique pourrait être bonne, que cela serait tout aussi contraignant.

Sentir la ville, c'est l'écouter, avec sa cacophonie possible, la sienne, et qui dès lors, ne prend plus le nom de cacophonie, mais seulement celui d'identité sonore. Alors, nous souffrons, je souffre, dans ces lieux conviviaux, ces merveilleux cafés parisiens indissociables de la culture européenne de joie et de liberté, où la convivialité est décimée – qui plus est par une musique, si souvent mal aimée, car elle aussi sans lieux où elle peut s'exprimer librement, avec l'assentiment de tous.

Soyons justes, heureusement, Paris reste une ville musicale, et pas seulement où vocifèrent les enceintes des restaurants touristiques. Un violon sous une arche, cela reste délicat. Une fatigue trop forte, un découragement, et il est possible, un instant en s'asseyant sur un banc, simplement un banc, de retrouver toute la vigueur imaginative de la sublime capitale parisienne.

Regarder la beauté de Paris et la régénérescence exulte.

“Sensitive neighbourhoods...” is a surprising term to describe the insecurity ruling over an area, rather than its positive emotional value. It casts suspicion over senses in general, as if they were dangerous, as if they were inherent to transgressive actions. Whereas loving a city means keeping your senses awakened by it. Loving Paris means loving its sky, at times electric blue, sometimes tinged with morning pink, sometimes grey as well, pale, with a northern light striking the eye, when sunglasses can turn out even more necessary.

Loving Paris means feeding on this beauty, loving the rain along the quays, now protected by their UNESCO world heritage status. It means loving the endless, almost Russian, summer nights, when the western light is diving into the Seine river. It means loving its inner-city mountains: Montmartre and Sainte-Geneviève, to name two worthy representatives of each bank. Right bank imagination, left bank imagination, Parisians like playing with this border, that is imperceptible to many and intransigent to others.

If you want to discover Paris, you will certainly walk, but you may also seize its literature: take Hugo, Zola, Hemingway, Baudelaire and his spleen, Aragon, Apollinaire, of course, but also Miller for a more erotic approach. Paris is incredibly literary, like all beautiful great cities. You can feel something that could happen, that will happen, that has happened. You can feel it, you cannot explain it. Your breathing is getting heavier. You open up. You breathe.

All the people who come to the capital come to breathe more, when the air is actually worse there. But breathing is not just about inhaling air, it is about feeling the life inside your body, meeting your soul, taking your desires by the hand instead of leaving them aside, for fear of disappointing them. I live on the Île de la Cité, in between banks, on this heart of Notre-Dame, this compass of France. It seems protected by the beauty of Paris because it is undeniable, universal. And yet even the most transcending beauties are inseparable from fragility: passing time, lack of care and means, growing indifference, lack of humility, wisdom and insight facing its ancient beauty which has been there forever for current generations and so that will necessarily be there tomorrow. But that is highly doubtful.

We need to take care of our cities if we want them to keep on giving our senses the feeling of living and loving life. For a few years, Paris has been able to love its wastelands, make them temporarily available to artists. And these artists travel inside Paris to give life to these third-places, these brownfields, and give them a life in between two longer lives, a sensitive sequence, a space-time where anyone can experiment their citizenship in the most emotional way.

EDITO

SENSES
OF
PARIS





*« To feel the city is to listen to it,
with its possible cacophony,
its own, and that henceforth
no longer takes the name of cacophony,
but only the one of sound identity »*

If you are looking for sound areas, you will find the Seine river in the morning, any city park, any pedestrian street – oh, the cobblestones, the beauty of cobblestones and of Proustian reminiscences; how sad we will be when there are no more, because of someone's latest terrible idea, just like when cars' yellow lights turned white.

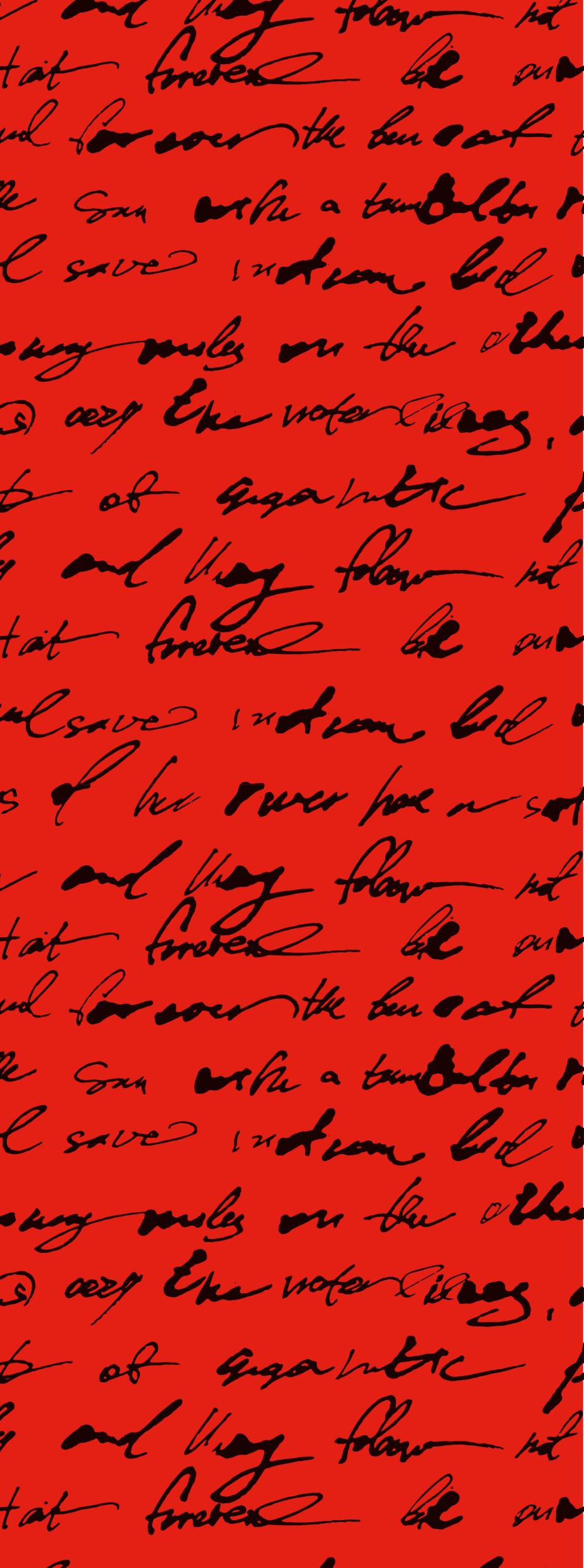
European regulation, they said, working to sabotage culture. I remember perfectly this moment, which is ridiculous, I admit, because after all, changing the colour of a lightbulb is quite weak on the historical and civilizational level. But in terms of emotions and aesthetics, it was a massacre. And the smells, nasty people will say. It is true, it can be hard on fine noses to roam narrow streets where cars are forbidden, and where you could touch your neighbour's hand from across the street. But to be fair, perfumers know how indole or oud, used in infinitesimal doses, can work wonders for sleeping senses.

Another great blasphemy is hunting down natural noises with bad music; because even if the music were good, it would be just as painful. Feeling the city means listening to it, to its potential cacophony, its own, which at this point is no longer cacophony but only its sonorous identity. Hence, we suffer, I suffer, in these convivial places, these wonderful Paris cafés that are inseparable from the European culture of joy and liberty, where conviviality is dying – and by the hand of a music that is so often disliked because it has no place to express itself freely, with the approval of all.

But fortunately, let us be fair, Paris remains a musical city and not only for the touristic spots' blasting speakers. A violin under an archway is still quite delicate. Strong weariness, discouragement, and if you sit on a simple bench you will recover all of the beautiful capital's inventive strength. Look at the beauty of Paris and regeneration gloats.

CYNTHIA FLEURY

... only me and they follow not only me
... to palpitate further be accounts to palpitate
... the sea and for ever the ben eath to the sea
... of the sun with a tumult of the
... and counsel save wisdom led and counsel
... side journey miles on the other side journey
... be rivers deep the water living, of be rivers
... pale deaths of aquatic pale deaths
... me solely and they follow not me solely
... to palpitate further be accounts to palpitate
... and counsel save wisdom led and counsel
... in the waters of the river here a softer the waters
... solely me and they follow not solely me
... to palpitate further be accounts to palpitate
... the sea and for ever the ben eath to the sea
... of the sun with a tumult of the
... and counsel save wisdom led and counsel
... side journey miles on the other side journey
... be rivers deep the water living, of be rivers
... pale deaths of aquatic pale deaths
... me solely and they follow not me solely
... to palpitate further be accounts to palpitate



PARIS FINEST

editos

EDITO

«Travaille, travaille,
écris, écris tant que tu pourras,
tant que ta muse t'emportera.»

*“Work, work, write,
write as much as you can,
as far as your muse takes you.”*

GUSTAVE FLAUBERT



Faire rayonner
NOTRE
SAVOIR-FAIRE
FRANÇAIS
à l'international

Par AUGUSTIN DE ROMANET,
Président directeur général du Groupe ADP



© Stéphane de Bourges

Quel point commun entre l'aéroport d'Amman en Jordanie et celui de Santiago du Chili, entre le trieur à bagages de l'aéroport de Dubaï et le design du nouveau terminal de Katmandou ? La réponse: l'expertise et le talent des femmes et des hommes du Groupe ADP !

Au-delà des aéroports d'Ile de France qu'il gère au quotidien, le Groupe ADP est un des leaders mondiaux de la conception et de l'exploitation aéroportuaire, présent dans une trentaine de pays. Peu connues du grand public, nos activités à l'international sont pourtant essentielles pour relever le défi planétaire de la croissance à long terme du transport aérien. De quelques millions de passagers dans les années 1950 à 4 milliards en 2017, le trafic comptera environ 7,8 milliards de voyageurs à horizon 2035. Cette augmentation exponentielle oblige, partout sur la planète, à accroître les infrastructures existantes, à concevoir de nouveaux aéroports, plus intelligents et robustes, mieux connectés, plus vertueux sur le plan environnemental et sociétal.

Notre industrie étant fortement capitalistique, rares sont les acteurs qui, comme le Groupe ADP, maîtrisent toute la chaîne de valeur, de la conception d'un aéroport à son exploitation, et in fine, sont capables d'exporter ce savoir-faire. En nous projetant aux quatre coins du monde, nous faisons rayonner l'excellence française de nos architectes, de nos ingénieurs, de nos techniciens...

Tout comme à Paris, nous servons nos clients, passagers et compagnies aériennes ; à l'international, nous accompagnons les gouvernements et autorités locales. Parfois, nous devenons partenaires et actionnaires de long terme au travers de prises de participations et

d'accords de coopération. Après le turc TAV Airports ayant rejoint la famille du Groupe ADP, la récente intégration du jordanien AIG, concessionnaire de l'aéroport international Queen Alia d'Amman – dont nous avons la concession depuis 2007 et reconnu comme étant l'un des meilleurs au Moyen-Orient pour la qualité de services aux passagers – symbolise cette expansion. En Jordanie, nos expatriés ont pour mission d'optimiser l'exploitation, d'attirer davantage de trafic et ainsi de maximiser les retombées économiques et l'emploi pour le pays. La Jordanie est un pays sûr, accueillant et offre une richesse naturelle et culturelle immense avec les sites de Pétra, du désert Wadi Rum, du Mont Nébo ou encore de la mer Morte.

La même ambition prévaut sur la vingtaine d'aéroports que nous gérons, seul ou en consortium, à travers le monde. Citons Zagreb, Santiago du Chili, Maurice, Conakry en Guinée ou encore le terminal hajj de Djeddah en Arabie Saoudite.

Enfin, avec 700 références dans le monde, notre filiale ADP Ingénierie couvre une large palette d'expertises et propose des solutions techniques innovantes. Elle s'est notamment imposée comme un acteur majeur du design et de l'ingénierie aéroportuaire aux Emirats arabes unis en supervisant, au cours des quinze dernières années, la construction de plus de 2,2 millions de m²: l'équivalent des aéroports Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly réunis.

Tous ces développements contribuent à solidifier nos bases françaises tant les échanges et synergies sont nombreux au sein de ce réseau mondial désormais constitué. C'est une grande satisfaction pour tous les collaborateurs du Groupe ADP !

What do the Amman, Jordan airport and the Santiago de Chile airport have in common? And the Dubai airport baggage sorting system and the new Kathmandu terminal's design? The answer is: Groupe ADP women and men's expertise and talent.

Beyond the Ile-de-France region airports that is under its daily supervision, Groupe ADP is one of the worldwide leaders in the development and operation of airports in about thirty countries. Our activities are rather unknown to the public and yet they are essential to meet the worldwide challenge of long-term growth in air transportation. From a few million passengers in the 1950's to 4 billion in 2017, air traffic will accommodate some 7.8 billion travellers by 2035. This exponential increase is forcing everyone on the planet to increase the number of existing infrastructures and design new airports that are smarter, stronger, better connected, and more environmental and social friendly.

Our industry being highly capitalistic, there are very few stakeholders like Groupe ADP who have control over the entire value chain, from designing an airport to operating it, and can in fine export this know-how. By working at the four corners of the world, we are spreading the influence of French excellence through the work of our architects, engineers, technicians...

Just like we do in Paris, we serve our clients, passengers and airline companies; on the international scene, we work with states and local governments. Sometimes, we become long term partners and shareholders through stake acquisitions and cooperation agree-

ments. After the Turkish TAV Airports joining the Groupe ADP family, the recent integration of the Jordan group AIG, concessionaire of the Queen Alia international airport in Amman – whose concession has belonged to our group since 2007 and was acknowledged as one of the best in the Middle East in terms of passenger service – is a symbol of this expansion. In Jordan, our expatriates are there to optimize the airport's operation, attract more traffic and maximize economic and employment benefits in the country. Jordan is a safe and welcoming country with considerable natural and cultural richness with sites like Petra, the Wadi Rum desert, Mount Nebo or the Dead Sea.

We have the same ambition for the twenty airports that we manage, alone or in consortiums, worldwide. We may name Zagreb, Santiago de Chile, Mauritius, Conakry in Guinea or the Jeddah airport Hajj Terminal in Saudi Arabia.

Finally, with 700 references worldwide, our ADP Ingénierie (Engineering) subsidiary covers a wide range of expertise and offers innovating technical solutions. It has especially imposed itself as one of the major players in airport design and engineering in the United Arab Emirates by supervising, over the last fifteen years, the construction of more than 2.2 million m²: the equivalent of Paris-Charles de Gaulle and Paris Orly airports combined. All these developments contribute to strengthening our French bases through the many exchanges and collaborations within this now worldwide network. All Groupe ADP collaborators are very proud of that!

“Highlighting our French know-how on an international level”

by Augustin de Romanet, CEO of Groupe ADP

AMBASSADEURS DE LA DIVERSITÉ

ÉLISE HERMANT

DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION DU GROUPE ADP

Le management est une science difficile et s'apprend sur le terrain. Lorsque j'ai accédé à 35 ans à un poste de direction, grâce à la confiance de mon Président directeur général, j'ai vite compris que l'écoute, la psychologie et le sens critique étaient nécessaires. C'est parfois difficile dans une entreprise comme Groupe ADP, avec ses règles, ses process, ses habitudes et son milieu essentiellement d'ingénieurs, qui comme souvent dans l'industrie, se veut principalement masculin. C'est finalement avec le temps et le travail en collectif que l'apprentissage des autres permet d'avancer avec plus de clarté. La découverte des personnalités permet avec le temps de connaître les point forts de chacun et de les consolider.

Chez Groupe ADP, les lignes de responsabilité sont claires, force issue d'un ADN militaire du groupe perdurant au fil du temps. Les liens entre managers au sein de l'entreprise sont transparents et sains, l'ensemble des collaborateurs pouvant ainsi s'appuyer sur ces valeurs.

Grace aux transformations qu'Augustin de Romanet a su porter au sein de l'entreprise, la compétence est la valeur clé des hommes et



des femmes qui la composent. La diversité n'est pas seulement une question de genre, elle doit passer par les différences d'âges, de milieux d'origine, de situations personnelles (le handicap par exemple), de parcours et d'expertise. Les processus de sélection ne doivent pas opposer les hommes aux femmes.

Pour ma part, je suis heureuse d'avoir un comité de direction paritaire et diversifié en termes d'âges, de diplômes, de parcours. C'est d'autant plus important dans une entreprise comme la nôtre, qui a pour forte ambition de s'internationaliser. Le Groupe ADP gère en effet, en direct ou via sa filiale TAV Airports, un réseau de 26 aéroports dans le monde. Nous avons par ailleurs créé un réseau d'ambassadeurs internes, pour que des collaborateurs s'impliquent dans les grands projets structurants du Groupe en les incitant à participer aux décisions.

C'est dans ce mouvement général d'ouverture, que le Groupe ADP initie ainsi depuis plusieurs années d'importants changements pour plus d'égalité, afin que l'entreprise soit le reflet de la richesse et de la diversité française.



DIVERSITY AMBASSADORS

Management is a difficult science that is learnt in the field. When I became an executive at the age of 32, thanks to my CEO, I quickly realized that listening skills, psychology and critical sense were essential features. It was sometimes hard in a company like ADP Group with its own rules, processes, habits and its environment essentially composed of engineers who, as often in the industry, are almost all male.

But with time and collective work, the learning of others has allowed me to move forward more clearly. In time, discovering personalities helps knowing everyone's strong point and strengthening them even further.

At ADP Group, the chains of commands are clear due to the group's military DNA that has kept on over the years. The relations between managers within the company are transparent and healthy – every collaborator can lean on these values.

Through the transformations that Augustin de Romanet was able to make within the company, skills are the key value of the women and men working here. Diversity is not just a matter of gender, it must also be a matter of age, background, personal situation (such as handicap, for example), training and expertise. Selection processes must not confront men and women. I for one am very happy to have an executive committee with age, degrees and experience parity. It is all the more important in a company like ours, whose strongest ambition is to become international. ADP Group manages – directly or through its TAV Airport branch – a network of 26 airports worldwide. We have also created a network of internal ambassadors so that collaborators can get involved in the Group's great structuring projects and to encourage them to contribute to the decision-making process.

In this general trend of opening up, ADP Group has been spending the last few years initiating major changes to gain more equality for the company to be the reflection of French richness and diversity.

ATOUT FRANCE

VOYAGE EN TERRE DE CULTURE

TRAVELLING IN A CULTURAL LAND



« LES ENTREPRISES QUI REÇOIVENT LES VOYAGEURS
ET PROPOSENT L'OFFRE DU SECTEUR SE SONT AMÉLIORÉES.
C'EST TRÈS BIEN PERÇU DANS LE MONDE,
ET IL FAUT CONTINUER À OUVRIR LES BRAS ».

“Businesses who welcome travellers to discover their sector’s offer have improved.
It is being noticed on an international level and we need to keep our arms wide open.”

L'économie mondiale connaît une croissance continue depuis une quinzaine d'années.

La culture est le moteur du développement de la fréquentation touristique. En effet, c'est une motivation incontournable au voyage.

Au sens large, la culture intègre bien évidemment le patrimoine, à fortiori le patrimoine vivant. La France est une des figures de proue d'un savoir-faire mondial toujours en mouvement. En effet, à travers ses EPV (entreprises du patrimoine vivant), mais aussi son artisanat, sa gastronomie, ses grands événements... c'est un territoire qui n'a plus à démontrer son attractivité.

Le voyageur de notre siècle développe une sensibilité toujours accrue pour l'urbanisme et le design de service. La croissance mondiale du tourisme est portée par des citadins qui vont en vacances dans les villes, car elles proposent une offre culturelle plus forte.

Le désir d'exception exceptionnelle s'épanouit lors des rencontres avec les talents du lieu. La recherche de produits d'exception, d'expérience sensorielle et de rencontres à épaisseur d'humanité talentueuse apporte une satisfaction plénière au séjour.

Lors d'une première visite en France, la Tour Eiffel, fleuron de la capitale parisienne, accapare la majorité de l'intérêt et fidélise l'envie du retour.

Lors d'une seconde puis d'une troisième visite, les voyageurs vont au cœur des territoires, toujours dans cette volonté de recherche du produit du terroir, et surtout de l'identité qui l'accompagne.

Une tendance lourde et mondiale comme l'écotourisme permet de garder une empreinte forte d'un voyage. A la découverte d'un vin, on le partage, on vendange, etc... Pour la rencontre des savoir-faire c'est la même démarche. Elle va permettre de chérir une image forte, un moment exceptionnel, inscrit dans la mémoire vive.

La France est un pays de diversité: d'identités, de paysages, de patrimoine, de créativité reconnues sur tous les secteurs.

Qu'elle soit photographique (la Maison européenne de la photographie, les Rencontres d'Arles...), musicale (l'Opéra comique, la Philharmonie, l'Opéra de Marseille) ou quel que soit le support à la création proposé, l'offre culturelle y est de très haut niveau.

The worldwide economy has been growing for some fifteen years. Culture is the motor of economic development and touristic traffic. It is an essential cause for travel.

Generally speaking, culture includes heritage sites, and living heritage even more so. France is one of the leading figures of an ever-changing worldwide know-how. Through its EPVs (living heritage companies), as well as its crafts, gastronomy, great events... the French territory no longer needs to prove its attractivity.

Travelers of this century are always more sensitive to urbanism and design services. Worldwide tourism growth is supported by urban residents visiting other cities for their wider cultural offer.

The exceptional desire for exception has blossomed through meetings with local talents. The search for exceptional products, sensory experiences and talentedly human encounters brings visitors full satisfaction.

During a first visit to France, the Eiffel Tower, jewel of the French capital, monopolizes most of the touristic interest and makes tourists want to come back.

During their second or third visit, travellers will move deeper into French territory, always looking for terroir products and the French identity that go with them.

Strong and universal trends such as eco-tourism allow people to keep strong memories of their travels. When you come to discover a type of wine, you also come to share it, harvest it... And sharing know-hows is the same approach. It allows people to keep a strong image, a unique time set in their memory.

France is a diverse country – in terms of identities, landscapes, heritages, and creativities in all sectors.

Whether photographic (Maison Européenne de la Photographie, Rencontre d'Arles...), musical (Opéra comique, Philharmonie, Opéra de Marseille) or any creative medium, the French cultural offer is top range.

CHRISTIAN MANTEI
Directeur Général d'Atout France



LE PARI(S) DES INVESTISSEURS

INVESTORS' PARIS CHALLENGE

LES CHIFFRES CLÉS KEY FIGURES

L'expansion de Paris a pour ambition de transformer l'agglomération parisienne en une grande métropole du XXI^e siècle, à même d'assurer son rang dans la compétition des mégalo-poles internationales.

Paris' ambition is to turn the Paris conurbation into a great 21st century metropolis, capable of affirming its status in the competition between international metropolises.

UN APPORT DE 140 MILLIARDS D'EUROS AU PIB FRANÇAIS

- | Nombre d'habitants : 12,1 millions - 18% de la population française
- | 30% du PIB national
- | 1^{re} économie européenne
- | 1^{re} ville européenne en nombre d'entreprises classées au Fortune 500
- | 1^{er} pôle de Recherche et Développement en Europe et 3^e mondial
- | 1^{er} rang mondial pour les salons professionnels
- | 2^e aéroport européen et 7^e mondial avec plus de 66 millions de passagers par an
- | 3^e destination touristique au monde :

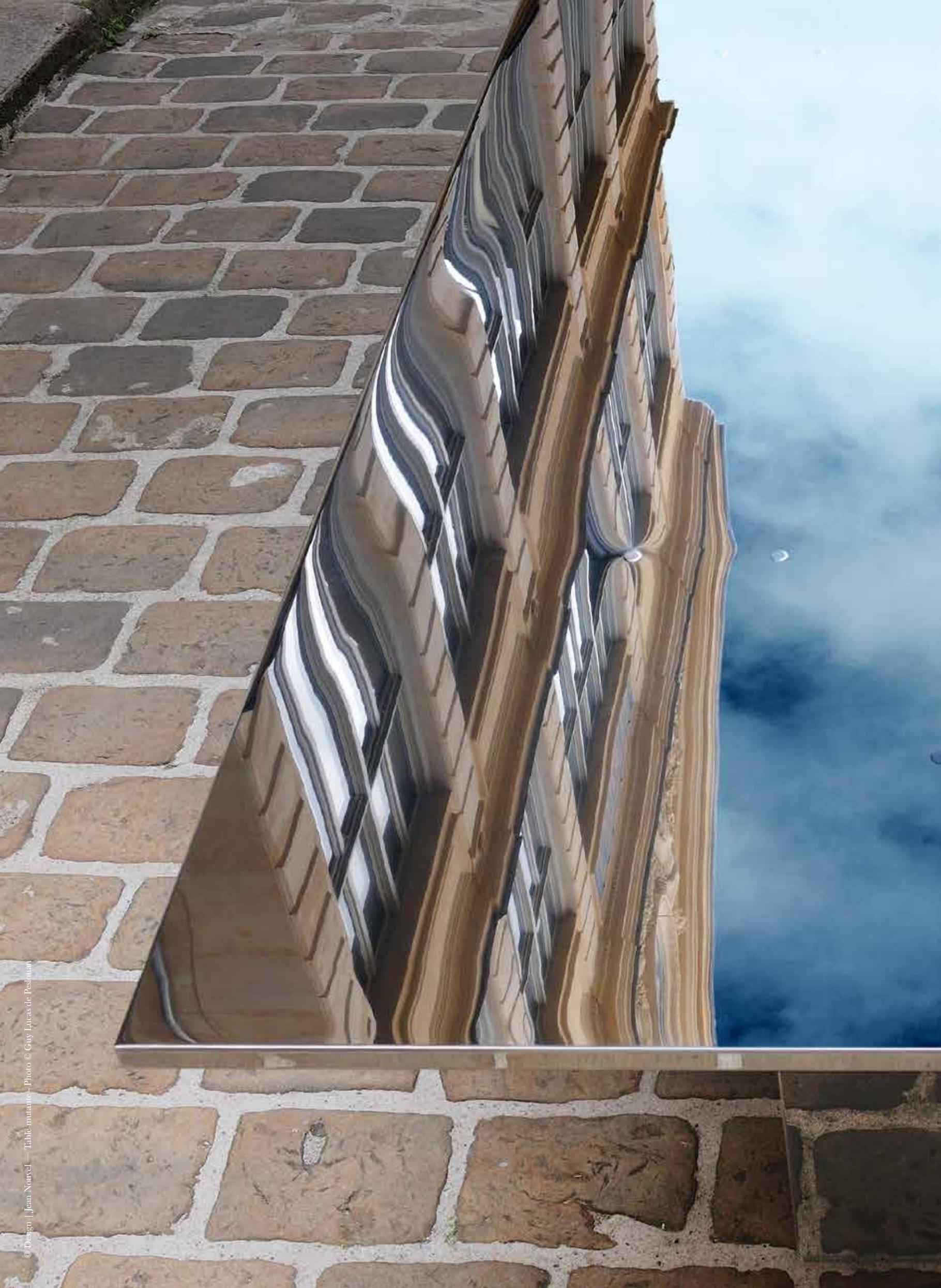
EN 2017, LA DESTINATION PARIS ÎLE-DE-FRANCE A ACCUEILLI 48,0 MILLIONS DE TOURISTES QUI ONT GÉNÉRÉ 179,2 MILLIONS DE NUITÉES ET 20,5 MILLIARDS D'EUROS DE RECETTES.

A 140 BILLION EUROS CONTRIBUTION TO THE FRENCH GDP

- | Number of inhabitants: 12.1 million – 18% of the French population
- | 30% of the national GDP
- | 1st European economy
- | 1st European city in number of Fortune 500 ranked companies
- | 1st Research and Development hub in Europe and 3rd in the world
- | 1st place for trade fairs
- | 2nd European airport and 7th in the world with over 66 million travellers each year
- | 3rd touristic destination in the world

IN 2017, PARIS ÎLE-DE-FRANCE WAS VISITED BY 48 MILLION TOURISTS WHO HAVE GENERATED 179.2 MILLION HOTEL NIGHTS AND 20.5 BILLION EUROS OF REVENUE.





SENS N°1

Vue

TO SEE

2





Vue
TO SEE

cultures

CULTURE

«La meilleure raison
de se soumettre à des cultures étrangères,
c'est qu'elles engendrent un sens aigu de la vitalité
et de l'attention consciente – un attachement
à la vie qui ne peut se manifester
qu'au contact de la différence et du contraste.»

—
*“The best reason for exposing oneself
to foreign ways is to generate a sense of vitality
and awareness – an interest in life which can come
only when one lives through the shock
of contrast and difference.”*

EDWARD T. HALL



CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX

HISTOIRES ET MEMOIRES

LA CONCIERGERIE, TEMOIN DE 7 SIECLES D'HISTOIRE

Premier opérateur public français culturel et touristique avec plus de 9 millions de visiteurs par an le Centre des monuments nationaux restaure et ouvre à la visite des monuments d'exception. Sites archéologiques de Glanum et de Carnac, abbayes de Montmajour et du Mont-Saint-Michel, châteaux d'If et d'Azay-le-Rideau, la Sainte-Chapelle, domaine national de Saint-Cloud, Arc de triomphe ou encore villa Savoye, constituent quelques-uns des 100 monuments nationaux, propriétés de l'Etat confiés au Centre des monuments nationaux, établissement public placé sous tutelle du ministère de la Culture et de la Communication.

Visiter la Conciergerie, c'est s'immerger dans l'histoire et les mémoires, autour de deux temps forts, le Moyen Âge et la Révolution. Le Palais de la Cité, demeure des rois capétiens est le berceau de nos grandes institutions politiques, administratives et judiciaires. Les immenses et magnifiques salles gothiques édifiées sous Philippe le Bel permettent de saisir l'essor artistique de Paris au XIV^e. Les parties basses du Palais, encore visibles à la Conciergerie, sont les uniques vestiges du Palais de la Cité, avec la Sainte-Chapelle, chef-d'œuvre du gothique rayonnant du XIII^e. Les salles révolutionnaires de la Conciergerie ouvrent les portes sur une période historique ayant fortement imprimé les lieux et les mémoires, déclenchée par l'installation du Tribunal révolutionnaire en 1793 dans la Grand'Chambre, à l'étage du Palais. La prison de la Conciergerie s'affirme alors comme un des hauts lieux de détention avant comparution de très nombreux détenus, dont la reine Marie-Antoinette.

Le Centre des monuments nationaux organise une exposition autour de la figure de Marie-Antoinette, dont le destin est inextricablement lié à la Conciergerie, à l'automne 2019. Cette exposition, dont le commissariat est confié à Antoine de Baecque, historien spécialiste de la culture des Lumières et de la Révolution française, s'attachera à recenser, et surtout à comprendre la fabrique des images, la diversité de représentations et la fascination que suscite ce personnage, devenu mythique et légendaire, portraituré de manière très différente selon les interlocuteurs, les époques et les cultures.

Monument prestigieux, emblématique et incontournable de Paris, la Conciergerie accueille également vos visites privées, soirées de gala, lancements et défilés de couture dans une architecture majestueuse et unique du XIV^e, témoin de sept siècles d'histoire.

CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX

Hotel de Sully - 62, rue Saint-Antoine - 75004 Paris | monumentsnationaux.fr

STORIES AND MEMORIES

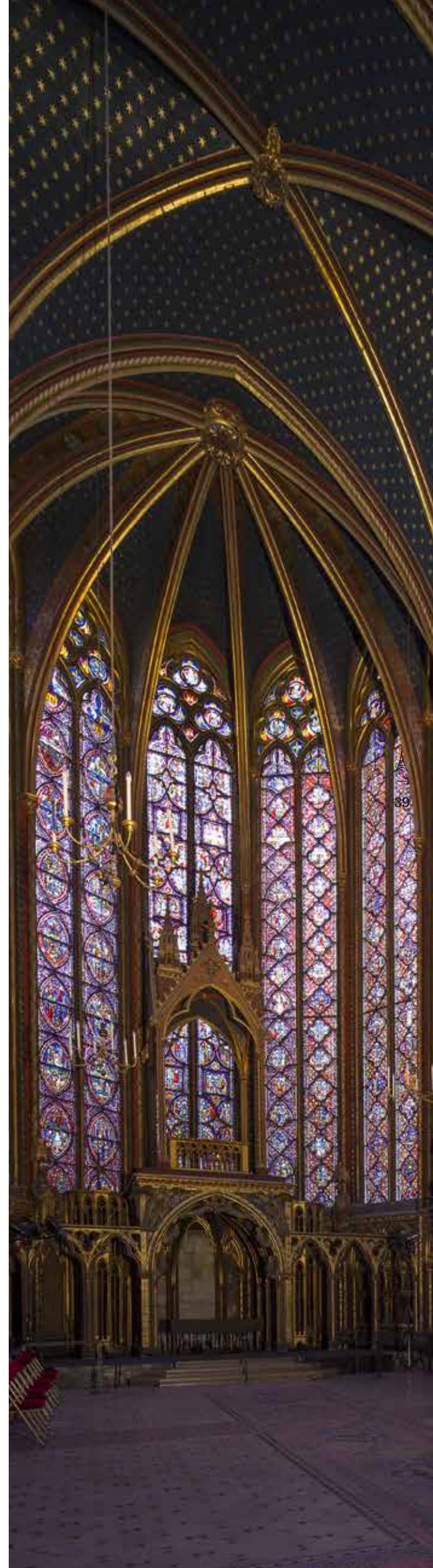
LA CONCIERGERIE, A SEVEN CENTURY WITNESS

As the first French public cultural and touristic operator with over 9 million visitors a year, the Centre des monuments nationaux (National monuments centre) restores and provides access to exceptional monuments. Glanum and Carnac archaeological sites, Montmajour and Mont-Saint-Michel abbeys, If and Azay-le-Rideau castles, Sainte-Chapelle, Domaine National de Saint-Cloud, Arc de Triomphe and villa Savoye are some of the 100 state-owned national monuments of which the Centre des monuments nationaux is in charge. Visiting the Conciergerie will immerse you in the history and memory of Paris with two high points: The Middle Age and the Revolution.

The Palais de la Cité, house of the Capetian kings, is the cradle of our greatest political, administrative and judiciary institutions. The vast and beautiful gothic rooms built under Philip the Fair will give you a glimpse of Paris' artistic rise in the 14th century. The lower parts of the Palais are the only remains, with Sainte-Chapelle, of the Palais de la Cité, architectural masterpiece from the 13th century. The Conciergerie's revolutionary rooms open the doors to the second intense period of the monument, triggered by the settling of the Revolutionary Tribunal in 1793 in the Grande Chambre, upstairs from the Palais. The Conciergerie prison became one of the major places of detention pending court, with many famous inmates, including queen Marie-Antoinette.

The Centre des monuments nationaux will organise in the fall of 2019 an exhibition about Marie-Antoinette, whose destiny is closely linked to the Conciergerie. This exhibition will be curated by historian Antoine de Baecque, expert in the Lumières movement and the French Revolution and will endeavour to present and explain the evolution of images, the diversity of the representations and the fascination around this historical figure who has become mythical and legendary though it has been depicted in many very different ways depending on the people, times and cultures.

A prestigious, symbolic and essential Paris monument, the Conciergerie hosts private visits, gala evenings, launches and couture fashion shows within the majestic and unique 14th century architecture building, witness of seven centuries of history.





ARCHITECTURE DE LA NATURE



VISION PAYSAGÈRE

Face à un projet d'aménagement extérieur, notre travail sur les espaces commence par une réflexion approfondie des fonctions et des usages à apporter aux différents lieux et à ses utilisateurs. Nous souhaitons dépasser le cadre et les limites de notre métier de paysagiste-concepteur en apportant à l'art des jardins une dimension supplémentaire en intégrant une vision artistique et novatrice mêlant microarchi-

tecture et design. Nous attachons une véritable importance à personnaliser l'espace en lien avec l'identité paysagère et architecturale du lieu. Nous proposons ainsi une composition complète des usages de l'extérieur en prolongement de la palette végétale, incluant le design et le choix du mobilier et de l'éclairage, en passant par des créations artistiques.

VISION ARTISTIQUE ET ARCHITECTURALE

«Entre vision artistique, intuition et quête de sens, les deux paysagistes-concepteurs, Christophe Gautrand et Benjamin Deshoulières imaginent des projets de design d'extérieur aux ambiances chaleureuses et intemporelles avec le souci permanent d'innover et de rendre chaque projet unique». Notre équipe pluridisciplinaire d'architectes, d'ingénieurs et de paysagistes, aux personnalités et compétences variées, est un atout au sein de notre agence. Nos propositions paysagères en sont d'autant plus enrichies que nous les complétons avec des éléments de structure sur-mesure et des objets d'art.

ORIGINALITÉ DES PROJETS

Nos créations de jardins et de projets paysagers ont pour ambition d'explorer de nouveaux horizons et de s'inspirer des dernières innovations tant techniques, que environnementales ou fonctionnelles.

Nous attachons une réelle importance aux détails d'un projet et nous travaillons nos jardins avec le même sens du détail qu'un architecte décorateur. Accordant une grande place à la mise en œuvre des savoirs faire, nous collaborons en permanence avec des artisans d'excellence (jardiniers, ébénistes, menuisiers, serruriers etc.) avec lesquels nous réalisons nos projets. Les compétences de chacun sont ainsi associées afin de transformer un dessin ou une idée en un projet unique.

BESOINS CLIENTS

Nous accompagnons nos clients sur la réflexion, la définition et la programmation de leurs aménagements extérieurs et nous les aidons à concevoir des espaces qui reflètent leur personnalité. L'essence de notre travail est de créer pour chaque projet un espace unique où chaque élément fait sens et s'accorde au concept proposé. Notre travail sur les points de vue, les cadrages, les lignes, les axes et les espaces vise à créer du sens entre les intérieurs et les extérieurs d'un projet et entre son site et son territoire.

Notre signature novatrice et intemporelle, gage de qualité, s'inscrit dans nos réalisations paysagères. Ainsi nous faisons évoluer les codes du paysage d'aujourd'hui et créons les paysages de demain par le biais d'une nature réinventée et sublimée.

NATURE'S ARCHITECTURE

LANDSCAPE VISION

Facing an outdoor design project, our work on spaces begins with a deep reflection on the functions and uses to be brought to the various places and their visitors.

We want to go beyond the limits of our designers-gardeners' jobs by bringing a new dimension to the art of gardening, incorporating an artistic and innovative vision combining micro-architecture and design. We find it really important to personalize locations depending on spaces' landscapes and architectural identities. That is why we offer complete outdoor compositions, prolonging the plant palette and including design, furniture and lighting choices through artistic creations.

ARTISTIC AND ARCHITECTURAL VISION

"Between artistic vision and intuition, the two Landscape Designers, Christophe Gautrand & Benjamin Deshoulières deliver unique and innovative outdoor design projects focused on the provision of warm and timeless settings."

Our multidisciplinary team of architects, engineers and landscape gardeners with various personalities and skills is a true advantage for the agency. Our landscape propositions are enriched by the fact that we supplement them with tailor-made structural elements and art pieces.

ORIGINAL PROJECTS

Our garden creations and landscape projects mean to explore new horizons and be inspired by the latest technical, environmental and practical innovations.

We take great care of each details of a project and work on our gardens with the same sense of details as an interior designer would. We leave a lot of room for the implementation of know-how and constantly collaborate with excellent artisans (gardeners, cabinetmakers, carpenters, locksmiths, etc.) with whom we conduct our projects. All of their skills are combined to turn a sketch or an idea into a unique project.

CUSTOMERS' NEEDS

We advise clients and help them think, define and schedule their outdoor arrangements and we assist them in designing spaces that reflect their personality. The essence of our work is to create unique spaces where each element makes sense and matches the initial concept for each project.

Our work on the viewpoints, the framing, the lines, the axis and the spaces is meant to create sense between the inside and the outside, between the site and its territory.

Our innovative and timeless signature, token of quality, sets in our landscape compositions. That is how we change the codes of today's landscaping and create tomorrow's landscapes through a reinvented and enhanced natural space.



Agence Christophe Gautrand & Associés
GARDEN DESIGN



PARI(S) MONUMENTAL

Paris Aéroport inaugure, avec le Louvre et l'artiste plasticien Léo Caillard, une immense fresque dans une coursive de débarquement d'Orly-Ouest. Art et culture viennent surprendre les voyageurs. Géraud Rabany responsable du pôle marques du Groupe ADP et Léo Caillard présentent cette collaboration.

COMMENT S'EST INITIÉE CETTE RENCONTRE À TROIS VOIX ?

L.C: J'avais déjà travaillé avec le Groupe ADP il y a quatre ans autour d'une fresque d'habillage pour Orly. Je travaillais aussi de mon côté avec le Louvre. Cette collaboration tripartite est née d'un échange informel, autour d'un café.

G.R: Nous avons créé un écosystème vertueux en échangeant régulièrement avec nos partenaires et, autour de cette dynamique, naissent des projets de cette nature.

EN QUOI CONSISTE CETTE NOUVELLE EXPOSITION ?

L.C: Dans cette fresque d'une quarantaine de mètres, les tableaux sortent du musée. On réunit une évolution d'œuvres du Quattrocento à l'époque classique d'Ingres, David... avec des œuvres célèbres ou non de l'école française. C'est un parcours à travers l'Histoire de l'art, avec une analogie entre la grande galerie du Louvre et l'aéroport. L'immersion se fait grâce au trompe-l'œil, il permet aux gens d'en appréhender le format...

G.R: Paris Aéroport est la porte d'entrée du pays le plus touristique au monde. A ce titre, nous avons une responsabilité en termes d'accueil. Paris est la capitale de la création, bien ancrée dans l'imaginaire des voyageurs. Pour incarner cette idée, nous travaillons avec deux axes: le patrimoine avec des partenaires tels que le Louvre ou Versailles... et la jeune création. Ce projet tripartite représente une forme de climax où l'on mélange ces axes. Pour l'immersion, cette fresque est placée dans une coursive aux dimensions proches de la grande galerie du Louvre.

QUELS SONT LES OBJECTIFS D'UN TEL PROJET ?

G.R: Nous voulons proposer à nos passagers la meilleure expérience possible, la plus singulière. Peu de capitales comme nous offrent un angle culturel.

L.C: Que les passagers puissent associer mon travail à une expérience artistique liée au Louvre; c'est un espace muséal à l'endroit où on ne s'y attend pas. Cela créé la surprise.

CETTE COLLABORATION S'INSCRIT DANS LE CADRE D'UNE PROGRAMMATION CULTURELLE DYNAMIQUE. QUELS EN SONT LES ENJEUX ?

G.R: C'est l'expérience. Les passagers sont au cœur de notre démarche, en les mettant face-à l'art qui vient les questionner, dans un espace-temps singulier.

L.C: L'anachronisme, le choc temporel sont au cœur de mon métier. Travailler dans un espace qui ne s'y prête pas au départ, transformer un lieu, cela est très intéressant. Il y a une jolie phrase qui dit « Le Beau est une vérité qui permet à l'autre de prendre conscience de soi ».

G.R: Notre travail, c'est être sûr que tout le monde arrive à l'heure, mais si l'on peut aussi contribuer au bien-être du voyageur à travers l'art, on aura montré que l'aéroport est beaucoup plus qu'une cathédrale de flux.

ENFIN, L'AÉROPORT SE VISITE-T-IL COMME UNE GALERIE ?

L.C: L'art et la culture sont séparés dans nos sociétés, alors que dans la Grèce antique, on les considérait comme synonymes. Quand on voyage, on entre dans un pays, dans une culture et pour moi il devrait se visiter comme une galerie.

G.R: L'aéroport est un espace-temps singulier. On n'est pas encore dans le pays, mais plus tout à fait dans le voyage. Ici, on expérimente l'art, on crée alors une métagalerie.



Paris Aéroport is inaugurating a gigantic fresco in an Orly-Ouest Airport landing passageway, in collaboration with the Louvre and plastic artist Léo Caillard. Art and culture are coming to surprise passengers. Géraud Rabany, head of brand for Paris Aéroport, and Léo Caillard present this collaboration.

HOW WAS THIS THREE-PARTY INITIATIVE BORN?

L.C.: I had already worked with the ADP Group four years ago, on a fresco for Orly. I was also working with the Louvre. This three-party collaboration was born during a casual conversation around coffee.

G.R.: We have created a virtuous ecosystem by regularly talking with our partners and this dynamic gave way to these sorts of projects.

WHAT IS THIS NEW EXHIBITION ABOUT?

L.C.: In this 40-something-meter-long fresco, paintings get to leave museums. We gather an evolution of pieces from the Quattrocento to Ingres or David's classical period... with famous and less famous works from the French school. It is a journey throughout art history with an analogy between the Grande Galerie of the Louvre and the airport. The immersion is achieved through trompe l'oeil, which allows people to grasp the size of the pieces...

G.R.: Paris Aéroport is the gateway to the most touristic country in the world. That is why we have a responsibility to provide a welcoming environment. Paris is the capital of creation, and tourists have this in mind when they come here. In this view, we are working on two lines: our heritage, with partners such as the Louvre and Versailles, and youthful creation. This three-party project represents a form of climax where these lines are combined. To ensure the immersion, this fresco is placed in a passageway that is approximately the same size as the Grande Galerie.

WHAT ARE THE GOALS OF THE PROJECT?

G.R.: We want to give our passengers the best possible experience, the most unique experience. There are few capitals in the world that offer such a cultural angle.

L.C.: We want passengers to associate my work to a Louvre-related artistic experience; it is a museum-like space where you would least expect it. It creates a surprise effect.

THIS COLLABORATION IS PART OF A DYNAMIC CULTURAL PROGRAMME. WHAT ARE THE CHALLENGES HERE?

G.R.: Experience. Passengers are at the heart of our approach – the fact that with present them with art that is coming to question them, in a unique space-time.

L.C.: Anachronism and time-related shocks are part of my job. Working in a place that is not originally meant for it, transforming this place, that is what is interesting. There is a beautiful quote that says: "Beauty is a truth that allows the other to become aware of oneself."

G.R.: Our job is to make sure that everyone arrives on time, but if we can also contribute to travellers' well-being through art, we will have successfully proven that airports are more than just flow cathedrals.

AND FINALLY, CAN THE AIRPORT BE VISITED LIKE A GALLERY?

L.C.: Art and culture are separate in our societies, while in Ancient Greece, they were synonymous. When you travel, you arrive in a country with its culture, and you should be able to visit it like a gallery.

G.R.: The airport is a unique space-time. You are not in the country yet, but not really travelling anymore. Here we experiment art, we create a meta-gallery.





CLIQUER, INSPIRER... VOYAGEZ

Se laisser bercer par les embruns de la Méditerranée, surfer sur les vagues du Cap Ferret, goûter les vins des Châteaux de la Loire, déguster un plateau d'huîtres en Bretagne, se retrouver au sommet de la Tour Eiffel... Chaque moment est l'illustration d'une douceur de vie à la française, la possibilité pour tout voyageur de se fabriquer sa propre carte postale, pleine d'activités, de lieux et de rencontres inoubliables. Portail de référence de la destination France dans le monde, France.fr est le média incontournable pour tous les curieux de notre beau pays et pour vos voyages d'un jour ou de toujours.

Conçu pour inspirer, susciter des envies d'expériences et de voyage immédiat, France.fr est la vitrine du meilleur de l'art de vivre de nos territoires. Il témoigne de la créativité, de la convivialité, de la vitalité d'une France innovante, contemporaine, et héritière d'un patrimoine naturel et culturel millénaire.

Evènements, interviews, articles de fond sur les destinations...à travers le site, vous êtes invité à aller à la rencontre de cette France riche et multiple, dans tous les domaines liés à la création française : gastronomie, culture, mode, artisanat d'art, musique, patrimoine...

Découvrez et redécouvrez les perles des destinations françaises, leurs identités, leurs événements et leurs talents. Adeptes de la nature, du bien-être, de la gastronomie, de la bistronomie, de sport, de festivals, de la montagne été comme hiver, de la visite de vignobles, France.fr vous aide à construire l'itinéraire qui vous correspond.

France.fr est disponible en 15 langues et déployés en 29 sites locaux pour répondre à chacun selon ses affinités. Déjà plus d'1M d'e-explorateurs naviguent chaque mois sur ces pages pour être à la pointe de l'actualité culturelle et touristique.

De quoi réveiller les sens de chaque voyageur et de faire de son séjour en France une expérience sur-mesure inédite.



CLICK, INSPIRE...TRAVEL

Letting yourself be rocked by the Mediterranean Sea spray, surfing the Cap Ferret waves, tasting the wines from the Châteaux of the Loire Valley, enjoying a plate of oysters in Brittany, finding yourself at the top of the Eiffel Tower... Each moment is the illustration of the sweet French lifestyle, the possibility for all travellers to make their own postcard, filled with unforgettable activities, places and encounters.

As the reference platform for France as a destination worldwide, France.fr is the essential media for anyone who is curious about our beautiful country and for day or life-long travels.

Designed to inspire, arouse desire for experiences and immediate travel, France.fr is the window display of the best of our territory's art of living. It is the illustration of the creativity, friendliness and vitality of an innovating and contemporary France, with a thousand-year-old natural and cultural heritage.

Events, interviews, in depth articles about destinations... The website invites you to come and meet this rich and multiple France in every area of French creation: gastronomy, culture, fashion, crafts, music, heritage... Discover and rediscover the finest French destinations, their identities, their events and their talents. Whether you prefer nature, well-being, gastronomy, bistronomy, sports, festivals, summer or winter mountain landscapes or vineyards, France.fr will help you build your personal itinerary.

France.fr is available in 15 languages and 29 local websites to meet each user's needs and tastes. Over 1M users are already consulting these pages to keep up to date with the cultural and touristic headlines.

It is the best tool to awaken each traveller's senses and make your stay in France an exclusive tailor-made experience.



Vue
TO SEE

en vue
IN SIGHT

«Change de ciel,
tu changeras d'étoile.»

“Change skies, you will change stars.”

PROVERBE CORSE



“LA GALERIE FAVORISE LES COLLABORATIONS ARTISTIQUES
À LONG TERME ET PORTE UN INTÉRÊT MAJEUR
POUR LES CONVICTIONS MORALES DE L'ARTISTE ET DE SON TRAVAIL.”

*“Galleries encourage artistic collaborations in the long run
and show major interest for the artists and their works’ moral convictions.”*

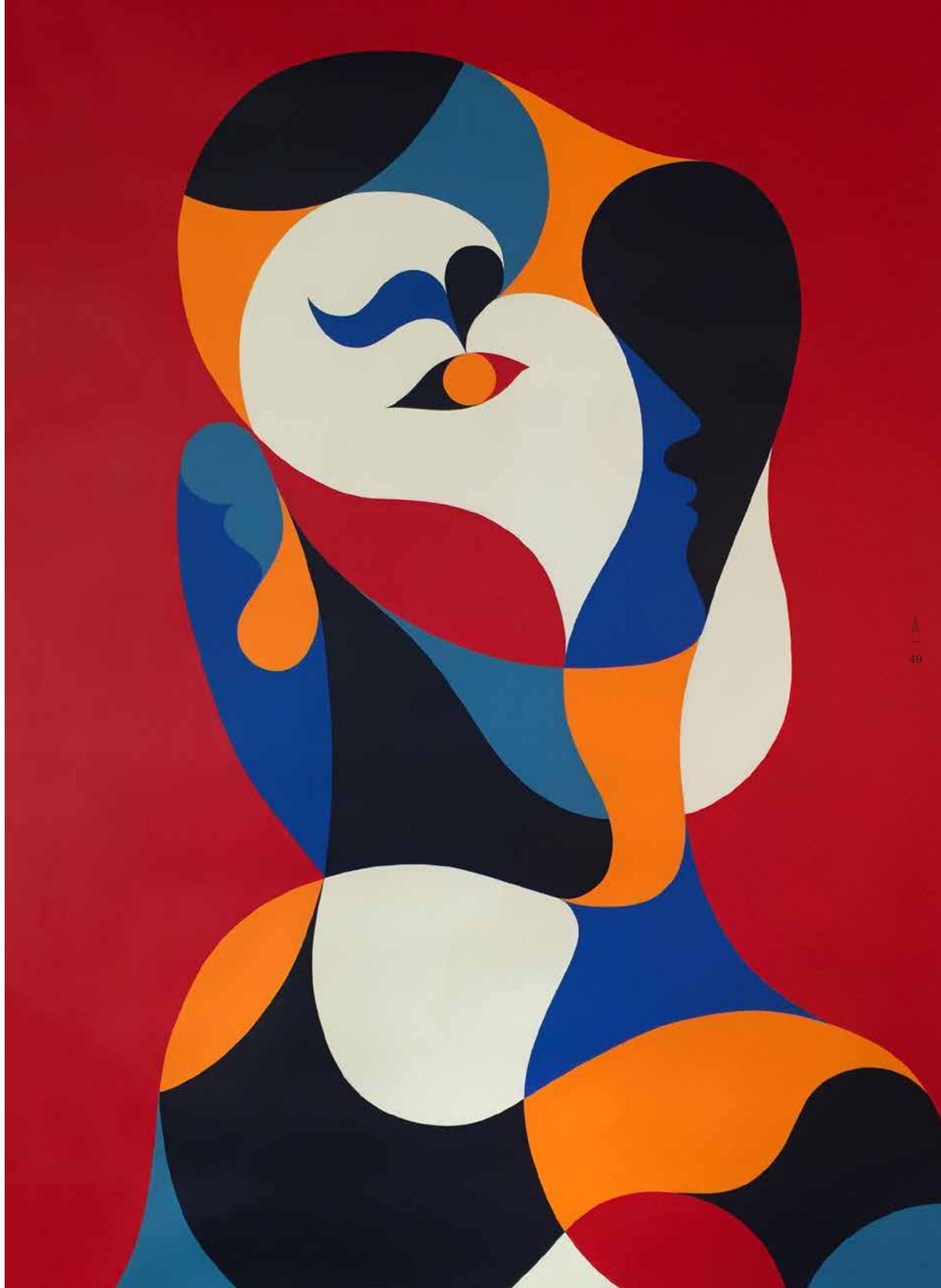
DAVID BLOCH



« L'ART EST POUR MOI L'UNION SINCÈRE
DE LA SCIENCE ET DE L'ÂME. JE VIS CE QUE JE SENS,
JE PEINS CE QUE JE VIS »

*“To me, art is the sincere marriage of science and soul.
I live what I feel, I paint what I live.”*

REMED







JEAN-MARIE MARION

IL ÉCRIT AVEC LA LUMIÈRE DES HISTOIRES ÉMOUVANTES ET SANS PAROLES.
LES INSTANTS QU'IL CAPTE SONT AUTANT DE MOMENTS DE GRÂCE VOLÉS AU TEMPS QUI PASSE.
JEAN-MARIE MARION ? PHOTOGRAPHE ET TELLEMENT PLUS.

*He writes in light of moving wordless stories. The moments he captures are moments of grace stolen from passing time.
Jean-Marie Marion? A photographer and much more.*

Tant qu'à faire la mise au point, autant le dire sans filtre, le parcours de Marion, un peu comme vous, je m'en tamponne le coquillard. Jeune international d'aviron, il a fait les jeux de Mexico ? Ça ne le rajeunit pas. Il a étudié aux Arts Appliqués ? Chacun son truc. Il a dansé chez Béjart ? Il a oublié la révérence, je vous jure. Il a fait gossbo pour des pubs ? Tant mieux pour sa frime, et puis ? Ah, si ! Un truc qui nous intéresse, une ligne sur le C.V de l'oiseau qui fait tilter l'esprit même le plus embrumé: c'est le grand Jeanloup Sieff qui, un jour, lui a conseillé de passer de l'autre côté de l'objectif. Le maître n'avait pas qu'un oeil, il avait aussi du pif.

Depuis, le Grand Brun avec des pompes de motard shoote tout ce qui bouge et même ce qui ne bouge pas. De la star, de la starlette, des beautés anonymes, des divas sublimes, des corps alanguis, des dos suggestifs, des barbus hirsutes, des jeunes tout lisses, des vieux froissés, des pièces mécaniques qui deviennent vivantes et des coins de ciel qu'on croirait d'un autre monde... Pourquoi ? Allez savoir. Peut-être parce que lui, il aime et qu'il sait faire. Il rendrait beau le cul d'un bus. Faudra que je pense à lui demander... pour le bus.

Ce que je sais et dont je ne me lasse pas, c'est que chaque séance pour Paris-Bazaar m'offre le spectacle d'un pas de deux rare et merveilleux qui se réinvente à chaque fois. Marion photographie aujourd'hui comme il dansait sûrement hier. Avec qui il veut. Et en commençant par regarder l'autre. Après vient le jeu. Mais déjà le temps se fige.

Jean-Marie Marion, photographe ? Oui... Sorcier aussi.

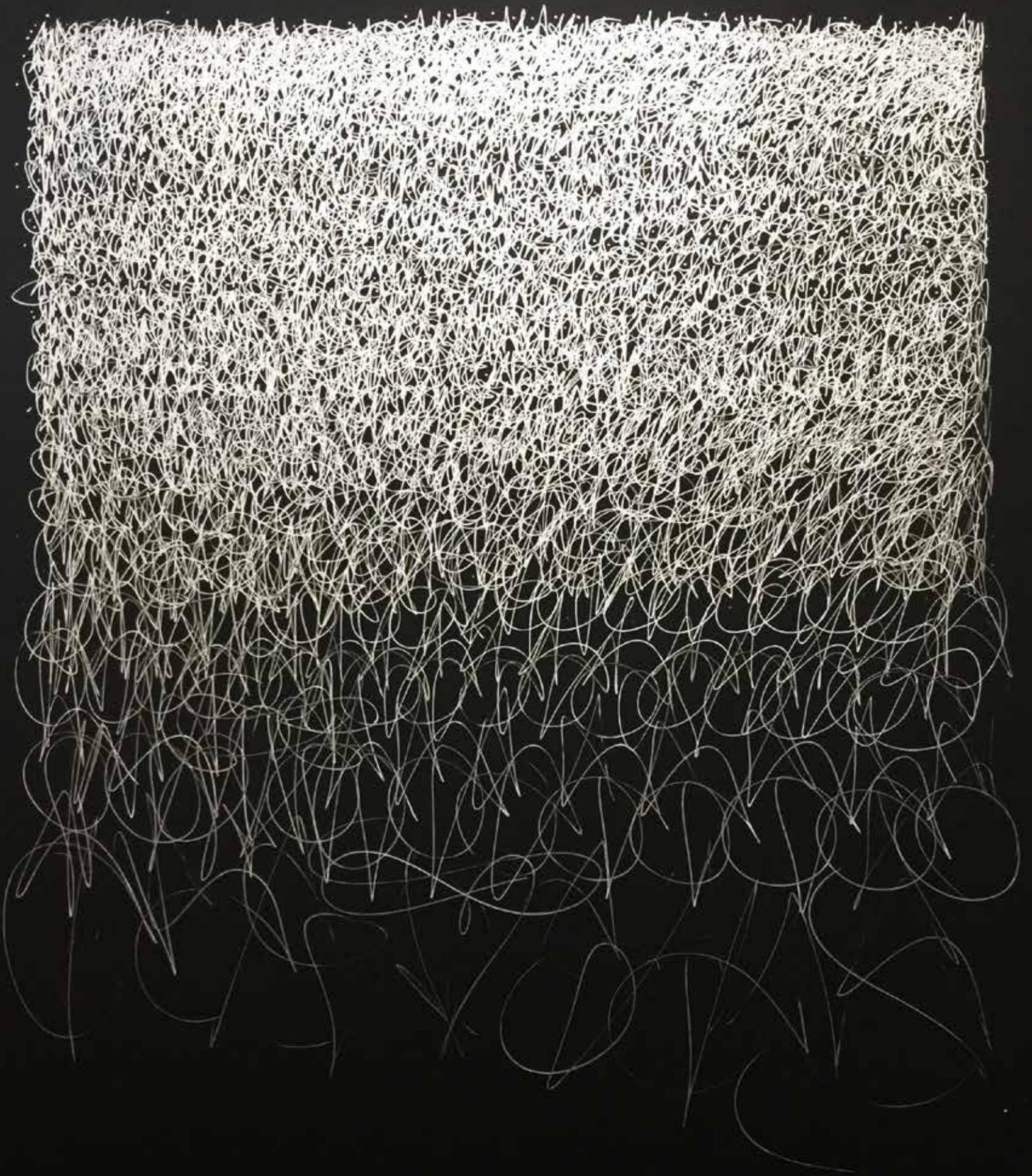
While we are on the subject of clarifications, let us just say that, just like you, I don't give a rat's arse. As a young rowing international, he competed in the Mexico Olympics – well, that dates him. He studied applied arts – good for him! He danced for Béjart – but can he curtsy? He was a hottie in various commercials – show-off! Right, there is something we do care about, one line on his CV that will compute even for the cloudiest minds out there: it was the great Jeanloup Sieff who one day advised him to move to the other end of the lens. The master was not just an eye, he was intuitive too.

Since then, the tall dark-haired man with biker's shoes has been shooting anything that moves, and everything that doesn't too. Stars, starlets, anonymous beauties, gorgeous divas, languid bodies, evocative backs, shaggy bearded blokes, smooth young men, wrinkly old people, mechanical pieces that come to life and corners of the sky that seem to be coming from another world... Why? Go figure. Maybe because he likes and knows what he is doing. He would make a bus ad look beautiful. I must remember to ask him...about that bus.

What I know, and cannot get tired of, is that each Paris-Bazaar session is a rare and wonderful performance, always reinventing itself. Marion now photographs like he used to dance. And with whomever he wants to. And starting by looking at the other one. Then comes acting. But time is frozen.

Jean-Marie Marion: photographer? Yes... And wizard, too.

OLIVIER DAUDÉ





SUN 7 OU L'ARC-EN-CIEL

SUN 7 OR THE RAINBOW

“Peindre signifie penser avec son pinceau.” *Paul Cézanne*

“PAINTING MEANS THINKING WITH A PAINTBRUSH.” PAUL CEZANNE

Artiste de la lumière, qui suit le cycle du soleil. Cela fait bien longtemps que Jonas SUN 7 écume le bitume de nos villes... Au détour d'une rue il est là, inscrit dans nos murs. Il a testé les styles, mélangé les matières ; il est passé de l'abstrait au figuratif, puis l'inverse, il peint sur toile et sur métal... En bref, rien de l'arrête. Pas de barrières, pas de frontières, juste le lien des couleurs. Souvent le rouge et noir, puis le gold et le chrome, et enfin les couleurs de nos arcs-en-ciel – de la bombe à la peinture, puis au fatcap, l'artiste s'envole avec le trait qu'il trace.

De l'intuitif, du vécu, du brut et des paillettes, pour Sun 7 le soleil ne se couche finalement jamais. Cette énergie sans limites se retrouve dans ses œuvres arrachées à son être. Les histoires se racontent, se délassent, la calligraphie souligne, trace et inscrit. Incarner le trait, c'est toute l'histoire, fermer les yeux pour laisser aller la main au plaisir de raconter une vie, un instant T, un moment volé au temps qui passe. L'homme ressemble à ses peintures, il est léger comme la plume, mais ses pieds sont ancrés dans le béton, comme s'il était un médium de l'audace terrestre, une métaphore des arbres dont les racines cherchent la profondeur, et les branches le temps des dieux. Ne faut-il pas tout cela finalement pour donner naissance à ces images parfois éphémères, et d'autres fois éternelles ? Le support ne compte pas. Ce qu'il faut c'est du rêve, et « de l'audace, toujours de l'audace ».

He is a light artist who follows the cycle of the sun. Jonas SUN 7 has been roaming our cities... He appears around the corner of a street. He has tried out styles, mixed materials; he went from abstraction to figuration, and the other way around, painting on canvases and on metal... Nothing will stop him. No boundaries, no borders, just connection with colours.

Often red and black, then gold and chrome, and finally the colours of our rainbows – from sprays to painting and then fat cap, the artist is flying off with the lines he draws. Intuition, experience, rawness and glitters, for Sun 7, the sun never does set. This endless energy is found in the works tore from his being. Stories are being told, unwound, calligraphy underlines, traces and writes.

Personifying the lines is what it is all about, closing the eyes and letting the hand pleasantly tell life stories, snapshots, moments stolen from passing time. The man looks like his paintings, light as a feather, but his feet deeply rooted in concrete, as if he were a medium of terrestrial boldness, a metaphor for the trees whose roots are looking for depth, and whose branches are touching the gods' time. Isn't this what it takes to give birth to these pictures, sometimes short-lived, other times eternal? The format does not matter. It only takes dreams and “audacity, always audacity”.



Zingaro, le cheval emblématique

ANTOINE POUPEL

ECRIRE LA LUMIERE

Antoine Poupel est un artiste photographe français né au Havre en 1956. Dès son diplôme des beaux arts obtenu en 1982 dans sa ville de naissance, il part à Rome en 1984 où il sera pensionnaire à l'académie de France, dans la prestigieuse Villa médicis.

Ses œuvres l'amènent à la reconnaissance internationale, exposant dans les plus grandes galeries et musées, non seulement en France, mais au Japon, en Russie, aux états unis, au Mexique, en Corée du sud, en Italie, en Espagne, en Belgique, en Allemagne et à Hong Kong. Il sera classé par le magazine Art Absolutement parmi les 101 meilleurs artistes vivant en France. Ses photographies sont présentées dans de nombreuses collections à travers le monde et à participé à des foires d'art contemporain, comme la FIAC, Art Paris, Paris Photo, Art Basel, Art Basel à Miami, KIAF à Séoul, etc.

Antoine Poupel aime revenir à l'étymologie de la photographie, «écrire ou dessiner avec la lumière», cela implique pour lui la notion d'auteur, et ouvre une grande liberté à ce médium.

Il a abordé la photographie à travers de nombreuses techniques, chimique, numérique, polaroids, projection, scanner.

Antoine Poupel a un côté iconoclaste, qui se loge dans un besoin impérieux de toujours progresser, chercher, sans vraiment se satisfaire de la réalité. Il tente de créer un monde, son monde, à travers ses œuvres, il apporte sa marque, visant à agir sur le « Réel ».

Il crée des images à partir d'éléments qui le questionnent de manière obsessionnelle: mort, érotisme, religion, images du corps (vivant, mort, ou représenté), images extraites de l'histoire de l'art (homage), de rituels (religieux, amoureux, et manipulation)

Pendant trente ans il photographie les deux célèbres compagnies, Zingaro et le Crazy Horse. Cela donnera lieu à de nombreuses publications et exposition à travers le monde.

Il aime procéder à la transformation d'images, dérouter le regard, et que le regardeur s'interroge sur ce qu'il pense voir (Saison5 au Japon).

WRITING LIGHT

Antoine Poupel is French photographer artist born in Le Havre in 1956. After graduating in Fine Arts in 1982 in his native town, he moved to Rome in 1984 where he became a boarding student at the Academy of France at the prestigious Villa Medicis.

His work brought him international recognition and he exhibits in the greatest galleries and museums, not only in France, but in Japan, Russia, the Unites States, Mexico, South Korea, Italy, Spain, Belgium, Germany and Hong Kong. He is part of the 101 best artists living in France according to Art Absolutement magazine. His photographs are presented in many collections throughout the world and he took part in many contemporary art fairs such as the FIAC, Art Paris, Paris Photo, Art Basel, Art Basel in Miami, KIAF in Seoul, etc.

Antoine Poupel enjoys coming back to photography's etymology, "to write or draw with light", which to him involves the concept of authorship and offers great liberty with the medium. He has worked on photography through several techniques - chemical, digital, polaroid, projection, scanner.

Antoine Poupel is also iconoclastic in that he feels an urgent need to progress and research, without ever being satisfied with reality. He tries to create a world, his own world, through his pieces, he brings his mark, trying to act on "Reality".

He creates images from elements that question him in an obsessive way: death, eroticism, religion, body image (living, dead or represented), images from the history of art (tributes), rituals (religious, love and manipulation).

He has spent thirty year photographing two famous performing companies, Zingaro and Crazy Horse. This gave way to famous publications and exhibitions throughout the world. He likes transforming images, throwing looks and making observers question what they think they are seeing (Saison5 in Japan).







SENS N°2

—
Odorat

—
TO NOSE

3





Odorat
TO NOSE

flair

FLAIR

«Le flair du génie consiste à repérer ces choses singulières qui contiennent de l'universel en puissance et qui sont susceptibles de vous donner, par le surcroît de l'analogie, beaucoup d'autres connaissances.»

—
“Intuition for genius consists in locating singular things that contain potential universality and that can provide you, through extra analogy, with much more knowledge.”

JEAN GUITTON





PRINTEMPS
P A R I S

PARCOURS D'ÉMOTIONS

EMOTIONAL JOURNEY

Le Printemps est l'illustration emblématique du passé et de la modernité parisienne. Ses bâtiments classés au patrimoine furent récemment rénovés, en préservant leur magie inimitable liée à l'architecture des XIX^e et XX^e siècles. Ses fleurs ornent le bouquet parisien depuis plus de 150 ans.

« Une visite au Printemps est une visite à Paris » ; cet extrait des archives publicitaires du Grand Magasin, n'a jamais aussi bien résonné. Le visiteur, c'est vous et nous, une femme, un homme...parisiens invétérés ou étrangers émerveillés...seuls ou en famille. Tous viennent faire l'expérience de la découverte, du plaisir, du sur-mesure, autant d'éléments propices à l'éveil de nos sens.

Partons à l'aventure de l'extra-ordinaire, magnifiée par les univers repensés et enrichis en totalité, luxe, mode, beauté, design et par une palette de services personnalisés.

Au cœur de cette rénovation, le Printemps de l'Homme s'inscrit comme le lieu incontournable du shopping masculin, le seul qui diffuse de l'énergie positive, qui électrise et crée l'addiction. Capteur

Printemps is the symbolic illustration of the past and of Paris modernity. Its buildings are listed as heritage buildings and were recently renovated, while preserving their inimitable magic linked to the 19th and 20th centuries. Its flowers have been part of the Paris bouquet for over 150 years.

“Visiting Printemps is like visiting Paris”; this extract from the Grand Magasin's advertising archives has never been so accurate. Visitors: you, us, a woman, a man, a true Parisian, a bewitched tourist, alone or with family. They all come to experience and discover pleasure, tailor-made, and other elements designed to awaken our senses.

Let us go explore the extraordinary, enhanced by completely rethought and enriched universes of luxury, fashion, beauty, design and a range of customized services.

At the heart of this renovation, Printemps de l'Homme (Printemps Men's Store) becomes the essential shopping location for men, the only one that spreads positive energy, electrifies visitors and creates an addiction. As an emotion's sensor, Printemps de l'Homme offers

LE PRINTEMPS DU GOUT

d'émotions, le Printemps de l'Homme propose une offre éclectique en parfaite symbiose avec son architecture. Monsieur parcourt les allées: sélection pointue de créateurs, ambiance de ses lieux conviviaux et omniprésence de son esprit de service.

Cette expertise se retrouve jusque dans les espaces dédiés au Personal Shopping. Des experts en mode et art de vivre conseillent et accompagnent les clients sur tous les sujets: mode femme, mode homme et maison, au sein de salons privés confidentiels et exclusifs. Des attentions particulières et services sur-mesure sont proposés à travers des garde-robes personnalisées, l'accès aux éditions limitées et pièces uniques de créateurs de luxe.

Enfin, rencontre au sommet avec le nouveau Printemps du Goût, deux derniers étages entièrement consacrés à la gastronomie française dans toutes ses dimensions: produits, spécialités, savoir-faire des artisans. Un unique critère de sélection: le goût exclusivement. Les équipes ont déniché les meilleurs produits en leur domaine...parfois jamais vus ailleurs.

Le Printemps donne carte blanche à des acteurs de référence, artisans et chefs, pour que son visiteur parte en exploration culinaire. Akrame Benalla, Gontran Cherrier, Laurent Dubois et Christophe Michalak se partagent la réalisation de l'entrée jusqu'au dessert sans oublier le pain et le fromage.

Notre visiteur termine son parcours autour d'un chocolat. La capitale lui a donné rendez-vous. Elle est à l'heure, elle s'offre à lui, par une vue à 360°. Le temps est confus dans sa tête, il ne sait plus quel jour ni quel siècle nous sommes. Il reste et s'émerveille.

an eclectic range of products that perfectly match its architecture. Monsieur wanders the aisles: cutting-edge selection of designers, friendly places and omnipresence of service.

This expertise is also found in Personal Shopping areas. Fashion and lifestyle experts advise and accompany customers on every subject: women's fashion, men's fashion, homeware, in private, confidential and exclusive lounges. Special care and tailor-made services are provided through personalized wardrobes, access to limited editions and luxury designers' unique pieces.

Finally, you reach the top when you visit Printemps du Goût (Printemps Gourmet Market), on the last two floors of the building entirely dedicated to French gastronomy in all its forms: products, specialties, traditional know-how. One single selection criterion: taste. Printemps teams have searched and found the best products in each area, sometimes entirely exclusive.

Printemps gives carte blanche to its reference players, artisans and chefs for visitors to go on actual culinary expeditions. Akrame Benalla, Gontran Cherrier, Laurent Dubois and Christophe Michalak work together, from starters to desserts, including bread and cheese.

Our visitors finish their journey around hot chocolate. The capital has given them a rendezvous. It is right on time and offers itself with a 360-degree view. Time becomes confused, they don't know what day or century it is. They remain spellbound.

PERSONAL SHOPPING FEMME & HOMME



© Romain Ricard

RENSEIGNEMENTS | 01 42 82 41 04 | personalshopper@printemps.fr
Printemps Femme, étage 4 | Printemps Homme, étage 1 | Printemps Beauté-Maison-Enfant, étage 2

PRINTEMPS HAUSSMANN
58, boulevard Haussmann - 75009 Paris



ISABELLE STANISLAS

L'ÉPURE À L'ÉTAT BRUT

RAW PURITY

Isabelle Stanislas a fait du scalène son emblème.

Triangle aux trois côtés inégaux, il suit son parcours de vie. Son scalène est partout : dans ses racines partagées entre le Maroc, la France et Israël ; dans son travail mêlant aménagement d'intérieur, architecture et création de meubles et dans son inspiration, faite d'équilibre permanent entre le respect de l'histoire, l'audace de la modernité et volonté de les réunir dans l'essentiel.

Isabelle Stanislas a aiguisé son regard en s'intéressant à plusieurs univers: art, photographie, paysagisme, architecture... sans oublier la mode, qui la passionne. Elle collabore régulièrement avec de grandes marques, des hôteliers ou bien avec une clientèle privée aux quatre coins du monde pour l'agencement d'appartements et hôtels particuliers.

Une rencontre avec un créateur de mode l'amène à travailler sur le concept de 400 magasins et corners de la marque à travers le monde. D'autres maisons de luxe françaises font alors appel à son talent : selliers, bijoutiers, créateurs de mode.

Elle y affine son goût de l'excellence et du respect du patrimoine, qui la conduisent à travailler sur le Palais de l'Élysée, afin de rafraîchir les quatre salons d'apparat du palais présidentiel. Fil rouge de ses créations, l'épure est harmonisée par des détails luxueux et raffinés avec un mélange des matières : marbre et cachemire, moquette et bois, métal et béton...

Exposée par plusieurs galeries, Isabelle Stanislas fait de chaque rencontre une source d'inspiration, puise dans l'art des souffles et des lumières, voyage dans le temps et affirme sa propre vision.

Isabelle Stanislas has made her scalene her emblem.

Triangular with three unequal sides, it follows her life course. Her scalene is everywhere: in her shared roots between Morocco, France and Israel; in her work mixing interior design, architecture and furniture creation and in her inspiration, made of permanent balance between the respect of the history, and the daring of the modernity, to reunite them in the essential. She honed her eyes by taking interest in several worlds: art, photography, landscape, architecture ... not to mention the fashion world, which fascinates her.

Isabelle Stanislas regularly collaborates with major brands, hoteliers or private clients around the world for the arrangement of their apartments and mansions.

An encounter with a fashion designer led her to work on the concept of 400 stores and corners of the brand worldwide.

Other luxury French houses appeal to her talent: saddlers, jewelers, fashion designers. That made her refined her taste for excellence and respect for heritage, which led her to work on the Palais de l'Élysée, to refresh the four ceremonial rooms of the presidential palace. Red thread of her creations, the purity is harmonized by luxurious and fine details with a mixture of materials: marble and cashmere, carpet and wood, metal and concrete ...

Exhibited by several galleries, Isabelle Stanislas makes each meeting a source of inspiration, draws on the art of breath and light, travels through time and affirms her own vision.



« Inventer ce n'est pas tout remettre en question :
c'est utiliser la lumière et l'espace de ce qui existe déjà et les
projeter dans le présent. Le patrimoine n'est pas condamné
à vivre derrière la vitrine du passé. Si on le respecte, si on
comprend ses codes et ses valeurs, alors on peut le marier à
la modernité sans le dénaturer.
Après tout, le passé, le présent et l'avenir ont toujours été les
trois côtés d'un même scalène ».

"To invent is not to question everything: it is to use the light and the space that already exists and project them into the present. Heritage is not condemned to live behind the window of the past. If we respect it, if we understand its codes and its values, then we can marry it to modernity without distorting it. After all, the past, the present and the future have always been the three sides of the same scalene".





PROMENADE GOURMANDE AVENUE MONTAIGNE

« De toutes les passions, la seule vraiment respectable me paraît être la gourmandise » écrivait Guy de Maupassant. Outre l'élégance du décor et la parfaite maîtrise des services du Plaza Athénée, la gourmandise est exaltée dans ce mythique palace parisien.

Supervisée par le chef Alain Ducasse, la restauration rythme les journées, que ce soit pour un petit déjeuner bien être, où le réveil des papilles se fait en douceur, ou pour un dîner haute-cuisine, moment d'expérience culinaire inédite autour de la trilogie poissons-légumes-céréales.

LE TEMPS RETROUVÉ

Plaisirs à réserver pour soi ou à partager, les gourmandises de l'Hôtel Plaza Athénée commencent dès le matin : du petit déjeuner composé de viennoiseries, saumon fumé ou encore de fruits de saison pour les plus pressés au brunch Haute Couture du weekend pour ceux qui aiment flâner... Œufs et plats savoureux, viennoiseries puis dessert du moment...le tout accompagné d'une coupe de champagne.

Puis de mai à septembre, on se retrouve à l'abri des regards, entouré de rideaux de verdure au sein de la Cour Jardin, pour une cuisine légère et de saison.

Au Relais Plaza, l'heure est à la fête chaque dernier mercredi du mois, pour les célèbres soirées Jazz, mêlant accords de notes savoureuses et musicales. Ça swingue !

Et le bouquet final : le restaurant d'Alain Ducasse accueille ses hôtes dans un écrin, en adéquation avec la naturalité de la cuisine servie et le souci de la perfection de l'accueil de l'hôte des lieux.

DES HOMMES ET DES PLATS

Chef multi-étoilé qui a fait du respect de la planète un de ses engagements fondamentaux, Alain Ducasse a constitué une équipe de chefs les plus doués de leurs générations en leurs domaines.

Angelo Musa, chef pâtissier exécutif, apporte une créativité sucrée. Son goûter cinq étoiles est une immersion dans son univers avec des pâtisseries qui l'ont marqué depuis son enfance jusqu'au titre de champion du monde comme cette réinterprétation du tiramisu, en hommage à ses racines italiennes, dans un format plus sophistiqué, avec des goûts francs, des arômes de café marqués et une crème mascarpone légère, agrémentée de Marsala.

Mathieu Emeraud, chef de la Cour Jardin, réinvente chaque année la carte qui animera le patio rouge et vert le plus prisé et le plus discret de Paris. Des saveurs d'été revisitées dont la source d'inspiration est sans conteste la cuisine méditerranéenne.

Philippe Marc, chef exécutif de l'hôtel, fait vivre à chaque saison une carte renouvelée au Relais Plaza autour d'une cuisine conviviale mais raffinée, rappelant les incontournables de la brasserie parisienne.

Enfin, Alain Ducasse et Romain Meder composent à quatre mains la cuisine du restaurant Alain Ducasse au Plaza Athénée : « Des produits exceptionnels s'exprimant dans leur simplicité, une technique qui a l'élégance de s'effacer pour se mettre à leur service. » résume Alain Ducasse. Une alimentation plus en accord avec la nature et meilleure pour la santé, tel est le sens de cette cuisine responsable.

Par ce travail « cuisiné main », l'Hotel Plaza Athénée a reçu le label EPV pour son savoir-faire d'excellence dans le domaine de la gastronomie et de ses métiers artisanaux.

GASTRONOMIC STROLL ALONG AVENUE MONTAIGNE

“Of all the passions, the only one that seems respectable to me is the passion for food” wrote Guy de Maupassant. Besides the elegant scenery and the perfect services of the Plaza Athénée, the mythical Paris palace glorifies gourmet food.

Overseen by chef Alain Ducasse, the restaurants shape the days of the establishment – whether for a well-being themed breakfast where your taste buds are gently awakened, or for a gourmet dinner, an exclusive culinary experience around the fish-vegetables-cereals trilogy.

TIME REGAINED

The Hotel Plaza Athénée's sweet treats, either individual or to share, start in the morning: from the breakfast with pastries, smoked salmon and seasonal fruits for those in a hurry to the Haute Couture weekend brunch for those who like taking their time... Eggs and savoury dishes, pastries, and dessert of the moment...best enjoyed with a glass of champagne.

Then from May to September, settle in the hidden Cour Jardin courtyard, surrounded on all sides by sweeping curtains of greenery for a light and seasonal meal.

At the Relais Plaza, every Wednesday of the month is a time to party on one of our famous nights of Jazz, where music and food play in perfect harmony. Guaranteed swing!

And last but not least, in his restaurant, Alain Ducasse welcomes his guests in a cocoon that perfectly matches the naturalness of his cuisine with constant care to provide a perfect experience.

OF MEN AND DISHES

Multiple-Michelin-starred chef Alain Ducasse has made environmental friendliness one of his main commitments and gathered a team of the chefs who are the best in their generations and in their specialty.

Executive pastry chef Angelo Musa brings a touch of sweet creativity. His five-stars tea time treat is a trip to his personal world with pastries that have been his signature from his childhood to his world champion title – such as this tiramisu reinterpretation, as a tribute to his Italian roots with a more sophisticated layout, clear tastes, strong coffee flavours and light mascarpone cream with a touch of Marsala. Every year, Cour Jardin chef Mathieu Emeraud reinvents the menu that will be presented in the most popular and hidden red and green patio in Paris. Revisited summer flavours, definitely inspired by Mediterranean cuisine.

The executive chef of the hotel Philippe Marc presents a new menu for each season at the Relais Plaza, featuring a convivial but sophisticated cuisine, with some of the unmissable classics of the Parisian brasserie food.

Finally, Alain Ducasse and Romain Meder four-handedly work in the kitchen of the Alain Ducasse restaurant at the Plaza Athénée: “Exceptional products expressing their simplicity, a technique that is elegant enough to take a step back to their benefit.” Explains Alain Ducasse. Food in better harmony with nature and better for your health; that is the purpose of this responsible cuisine.

With this “handmade” work, Hotel Plaza Athénée was awarded the EPV label (French Living Heritage label) for its excellent know-how in gastronomy and handicrafts.

RESTAURANTS, EVENTS & ENTERTAINMENT *(with style)*

LEADER DE L'ÉVÉNEMENTIEL INTÉGRÉ

Moma Group propose à ses clients un panel inédit de services: 500 collaborateurs, répartis dans quatre métiers de l'événementiel – traiteurs (Kaspia Réceptions et Kardamome), lieux (régie commerciale Moma Sélection), conseils (agence Moma Event) et spectacles (Moma Culture, producteur d'Opéra en Plein Air), unis par des valeurs et la certitude d'incarner une nouvelle dimension événementielle. Une expertise reconnue depuis plus de 20 ans dans la création de restaurants, de lieux événementiels et de stratégie événementielle pour les entreprises, les marques et les institutions.

CRÉATEUR DE CONCEPTS FORTS

En moins de 4 ans, Moma Group a ouvert, exploité ou repris 17 établissements au cœur de Paris, en bord de mer et à l'étranger. Chaque concept est unique: de la décoration aux prestigieuses signatures et partenariats, en passant par l'assiette, la programmation événementielle et la clientèle. Fort de l'expertise de Moma Group, ces restaurants s'imposent comme des références sur le marché de la restauration parisienne et d'ailleurs.

DES RÉFÉRENCES MYTHIQUES

Moma Group est connu du grand public pour la création des Opéras en Plein Air, mais aussi la création de marques fortes dans le domaine de la restauration: le restaurant Rural avec Marc Veyrat, Manko avec Gaston Acurio, mais aussi La Gare, le Noto à l'étage de la Salle Pleyel, le Mamo, le Victoria Paris et plus récemment la reprise du mythique restaurant Lapérouse et l'ouverture du restaurant Froufrou au Théâtre Edouard VII avec le chef Juan Arbelaez.

LEADER OF THE INTEGRATED EVENTS SECTOR

Moma Group offers to its clients an original range of services thanks to its 500 collaborators who cover four areas of expertise related to the events sector: caterers (Kaspa Réceptions and Kardamome), places (Moma Sélection commercial services), consulting (Moma Event agency) and entertainment (Moma Culture - Opéra Plein-Air), driven by strong values and by the ambition to be a game changer in the industry, Moma Group has been known over 20 years for the creation of new restaurants, venues and event strategies for a wide array of clients: corporations, brands and institutions.

CREATOR OF STRONG CONCEPTS

Within less than 4 years, Moma Group has opened, operated or taken over 17 establishments in Paris, on the seaside or abroad. Each concept is unique: from decoration to prestigious signatures, partnerships, catering, event programming or customer base. Strengthened by Moma Group's experiences, these restaurants are imposing themselves as references on the foodservice market in Paris and elsewhere.

LEGENDARY REFERENCES

Moma Group is publicly known for the creation of the Opéras de Plein Air (open-air operas) and for the creation of strong restaurant brands: Rural restaurant with Marc Veyrat, Manko with Gaston Acurio, La Gare, the Noto upstairs from the Salle Pleyel, the Mamno, the Victoria Paris and more recently the legendary Lapérouse restaurant and the opening of the Froufrou restaurant at the Edouard VII Theatre with chef Juan Arbelaez.







Ce parfum unique était
le principe supérieur
sur le modèle duquel
devaient s'ordonner
tous les autres.

IL ÉTAIT
LA BEAUTÉ
PURE.

*This unique perfume was
the superior principle on the model
of which all others should be ordered.
It was pure beauty.*

LE PARFUM, PATRICK SÜSKIND







Odorat
TO NOSE

éclats

GLORY

«Le style est comme le cristal,
sa pureté fait son éclat.»

—
*“Style is like crystal,
its purity makes its glory”*

VICTOR HUGO

SOUS LE SIGNE DU LION

UNDER THE SIGN OF LEO

Apparu pour la première fois en 2012 dans l'univers de la Haute Joaillerie de CHANEL, le Lion fait partie du langage symbolique de Mademoiselle Chanel dont il est l'une des sources d'inspiration. Elle l'utilisera comme emblème dans ses créations, ornant les boutons de ses tailleurs ou le fermoir de ses sacs à mains.

En 2013, la collection de Haute Joaillerie «SOUS LE SIGNE DU LION» rend hommage au signe astrologique de Gabrielle Chanel et au symbole omniprésent de la Sérénissime.

Née un 19 août, n'était-elle pas placée, comme la Cité des Doges, sous le signe du Lion ?

Roi du zodiaque, solaire et majestueux, gardien veillant sur la Sérénissime, dont il incarne la force et la beauté, le lion occupe une place toute particulière dans l'imaginaire de Gabrielle Chanel.

Présent sur les frontons et les portes des palais, les mosaïques et les statues de pierre... C'est lui qui donnait sa force à la cité dont il était l'emblème.

Venise bâtie sur la mer des siècles auparavant, afin de résister aux attaques des envahisseurs barbares, était indestructible, tout comme Gabrielle Chanel qui avait pris sa vie en main bien avant que les femmes ne deviennent indépendantes.

Pour Gabrielle Chanel, le lion deviendra un symbole récurrent et familier. Il figure en bonne place parmi les objets qui ornent son appartement de la rue Cambon. En bronze doré ou en marbre, posé sur une table, en bois sculpté sur le rebord d'une cheminée, il est là, conquérant, la patte posée sur le monde.

En 2018, «L'ESPRIT DU LION» ouvre un nouveau chapitre et présente 53 pièces de Haute Joaillerie inspirées par le lion de l'appartement de Gabrielle Chanel, 31 rue Cambon à Paris. Le Lion représente la volonté et l'étincelle toujours libres et intactes avec lesquelles Gabrielle Chanel menait sa vie. Une chaîne lui est ici associée pour renforcer sa force et souligner son autorité.

Sur des sautoirs multi-chaines, des bracelets ouverts ou des tours de cou, le Lion majestueux ponctue les parures d'or jaune ou d'or blanc. Il veille sur des diamants, saphirs, béryls et topazes impériaux.

La collection de Haute Joaillerie «L'ESPRIT DU LION» exprime toute la force et le savoir-faire de CHANEL Joaillerie.

It first appeared in CHANEL's Fine Jewellery collections in 2012. The Leo is part of Mademoiselle Chanel's symbolic language and it is one of her sources of inspiration. She will use it as a symbol in her creations, decorating her suits' buttons and her handbags' fasteners.

In 2013, the Fine Jewellery collection "SOUS LE SIGNE DU LION" (Under the sign of Leo) is a tribute to Gabrielle Chanel's astrological sign and La Serenissima's omnipresent symbol. Born on an 19th of August, she lived, like the City of the Doges, under the Leo.

A solar and majestic king of the Zodiac, watching over the Serenissima and embodying its strength and beauty, the lion occupied a special place in Gabrielle Chanel's imagination. It appeared on palaces' pediments and doors, mosaics and stone statues... It would give the city it represented its strength.

Venice was built on the sea centuries before and has resisted barbarian invasions; it was indestructible, just like Gabrielle Chanel who had taken charge of her own life before women became independent. For Gabrielle Chanel, the lion will become a recurring and familiar symbol. It is part of

the objects that decorate her rue Cambon Paris apartment. Gilded bronze or marble, placed on a table, or in carved wood on a mantelpiece, it stands there, conquering, its paw overlooking the world. In 2018, "L'ESPRIT DU LION" opens a new chapter and presents 53 Fine Jewellery pieces inspired by the lion from Gabrielle Chanel's apartment, 31 rue Cambon, Paris.

The Lion represents determination and the constantly free sparkle with which Gabrielle Chanel lived her life. It is associated with a chain to reinforce its authority.

On multi strand necklaces, open bracelets or chokers, the majestic Lion is punctuating the sets with yellow or white gold. It is watching over diamonds, sapphires, beryls, and imperial topazes.

The "L'ESPRIT DU LION" Fine Jewellery collection expresses all the strength and know-how held by CHANEL Jewellery.

CHANEL

1 | BAGUE «LEGENDARY» | Travail sur les pièces de la collection de Haute Joaillerie L'ESPRIT DU LION dans l'atelier CHANEL, 18 Place Vendôme, Paris - Travail de recherche du volume du lion

2 | COLLECTION «L'ESPRIT DU LION»: Collier «Legendary» transformable, en or blanc, or jaune 18K serti de plus de 1200 diamants et d'un diamant fancy intense yellow taille coussin de 30,19 carats.

3 | COLLECTION «L'ESPRIT DU LION»: Bague «Legendary» en or blanc 18K serti de plus de 230 diamants et d'un diamant fancy intense yellow taille poire de 4,01 carats

4 | COLLIER «LEGENDARY»: Travail sur les pièces de la collection de Haute Joaillerie L'ESPRIT DU LION dans l'atelier CHANEL, 18 Place Vendôme, Paris - Cerclage des diamants fancy.

1 | «LEGENDARY» RING | Work on pieces from the High Jewellery L'ESPRIT DU LION collection in the Chanel workshop, 18 Place Vendôme, Paris - Research work on lion's volume.

2 | «L'ESPRIT DU LION» COLLECTION: "Legendary" transformable necklace, in white and yellow gold 18K set with over 1,200 diamonds and one intense yellow fancy cushion-cut diamond of 30.19 carats.

3 | «L'ESPRIT DU LION» COLLECTION: "Legendary ring" in white gold 18K set with over 230 diamonds and one fancy intense yellow pear-cut diamond with 4.01 carats.

4 | «LEGENDARY» NECKLACE: work on the pieces of the L'ESPRIT DU LION Fine Jewellery collection in the Chanel workshop, 18 Place Vendôme, Paris - Fancy diamonds strapping.



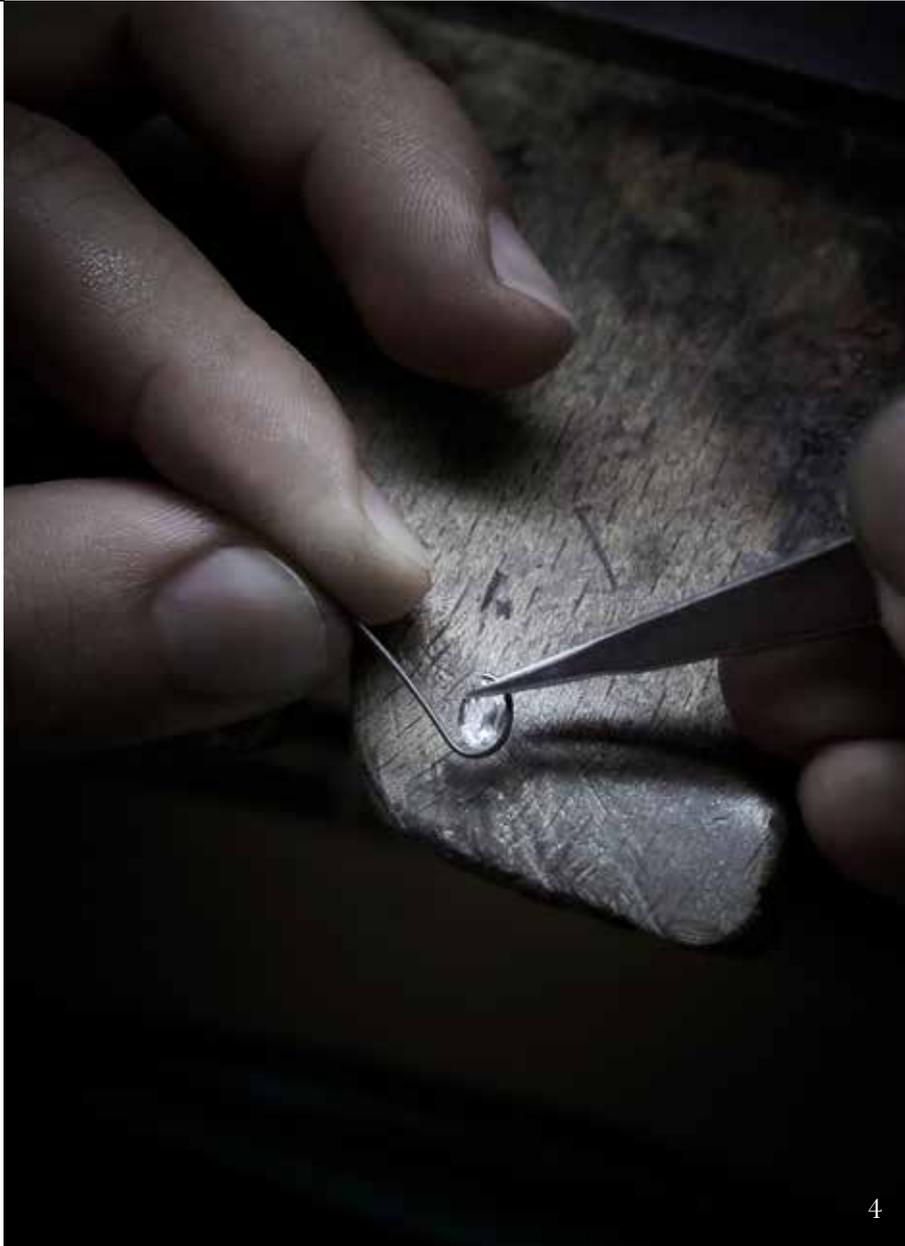
1



2



3



4





UN
STYLE
DE VIE
À
PARIS

PARI(S) INSPIRÉ

BRACH EST LE PREMIER HÔTEL DU GROUPE EVOK
AU STYLE DE VIE DÉCONTRACTÉ.
SITUÉ AU COEUR DU XVI^e ARRONDISSEMENT DE PARIS,
BRACH EST UNE ADRESSE AU LUXE ÉLÉGANT
ET ATYPIQUE. HÔTEL, CLUB DE SPORT,
RESTAURANT, PÂTISSERIE ET POTAGER,
BRACH OFFRE UNE EXPÉRIENCE IMMERSIVE
ET INSPIRÉE POUR LES VISITEURS
QUI DÉCOUVRENT LA CAPITALE FRANÇAISE,
ET UNE NOUVELLE VISION
DE LA VIE DE QUARTIER POUR LES PARISIENS.

*Brach is the first hotel from Evok Hotels Collection offering a casual lifestyle.
In the heart of the 16th arrondissement of Paris, Brach is a luxury and atypical address.
Hotel, Sports Club, Restaurant, Pastry shop and Rooftop Garde,
Brach is a place of life as much as of passage, an immersive and inspiring experience for visitors
who discover the French capital, a new vision of the neighborhood life for Parisians.*



EVOK
hôtelscollection

CRÉATEUR DE STYLE DE VIE

LIFESTYLE CREATOR

EVOK, CRÉATEUR DE STYLES DE VIE, EST NÉ EN 2014 DE LA VOLONTÉ DE SES 3 CO-FONDATEURS. PROPRIÉTÉ DE PIERRE BASTID, IMAGINÉ & DÉVELOPPÉ PAR ROMAIN YZERMAN ET EMMANUEL SAUVAGE QUI EN ASSURE LA DIRECTION GÉNÉRALE.

Luxe classique «à la française» au Nolinski, au Restaurant du Palais Royal, exclusif au Hameau de la Volière et à la Cour des Vosges, décontracté au Brach et décalé au Sinner.

En réponse aux différentes envies, aux différents univers des hôtes : Un style de vie pour un style de luxe. Un fil conducteur qui définit chaque lieu du groupe. Une collection qui se développe par-delà les frontières. Des projets différents qui enrichissent.

Plonger au cœur de l'atmosphère d'une ville, d'un quartier. En ressentir chaque vibration. Découvrir ses traditions et son style. C'est l'esprit Evok. Repartir de zéro pour créer une nouvelle émotion.

Trouver un lieu ad hoc, le faire renaître et lui offrir une seconde vie par un designer tel que: Starck, Auer, Deniot, Tollemer, Lecoadic & Scotto..

À chaque hôtel, son ambition, son univers, son cadre de vie inspiré de l'endroit où il s'installe.

EVOK, A LIFESTYLE CREATOR, FORMED IN 2014 BY THE WILL OF ITS 3 CO-FOUNDERS: OWNED BY PIERRE BASTID, IMAGINED & DEVELOPED BY ROMAIN YZERMAN AND EMMANUEL SAUVAGE WHO MANAGE THE GENERAL DIRECTION.

A classic French touch at the Nolinski, the Restaurant du Palais Royal, and the Cour des Vosges, an exclusive one at Hameau de la Volière, relaxed at Brach, and quirky at Sinner.

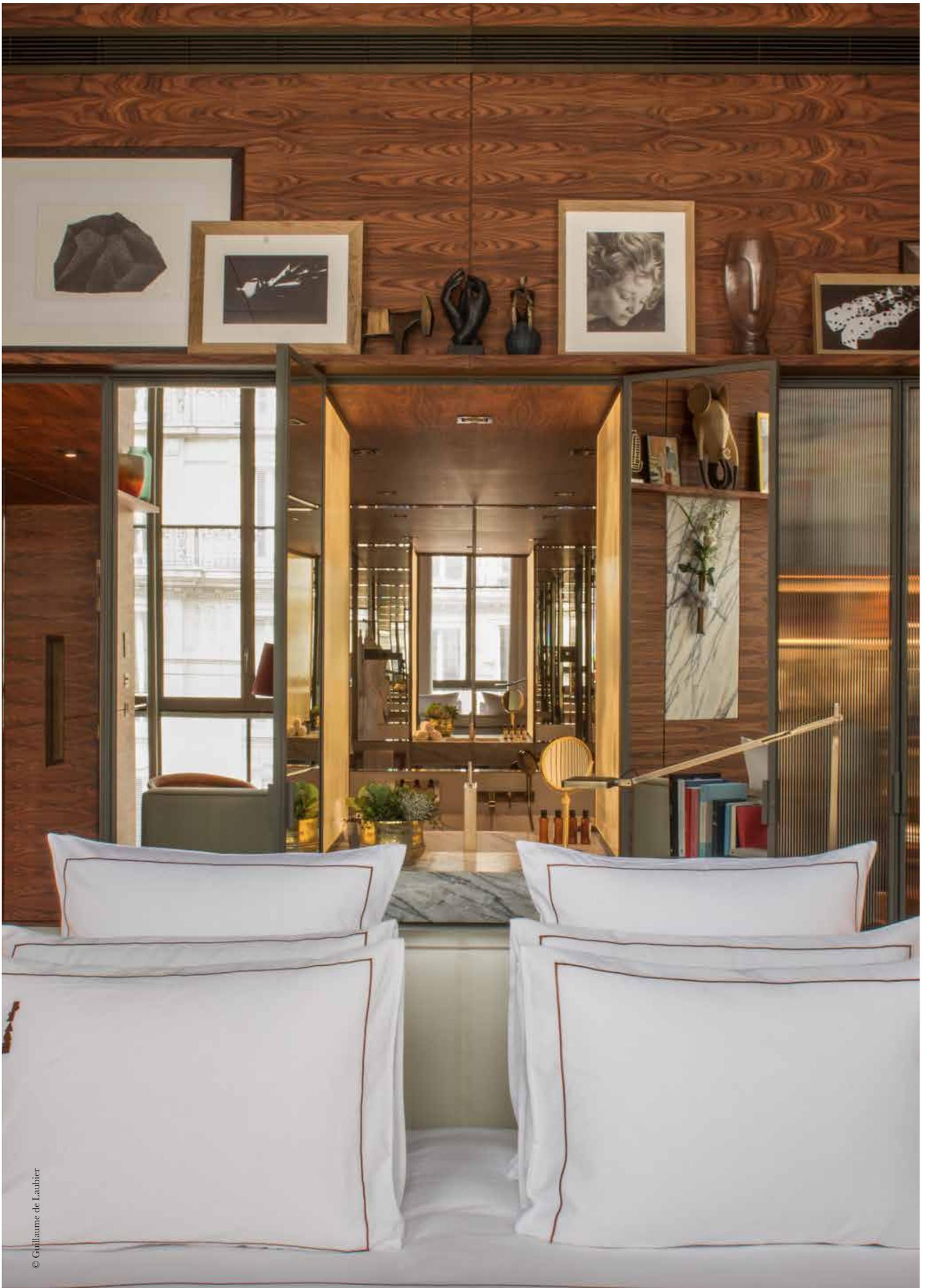
In response to the different tastes, the different worlds of guests: A lifestyle for luxury style, a central theme that defines each space in the group.

A collection that burgeons across borders. Different, enriching projects.

Diving straight into the atmosphere of a village, a neighbourhood, experiencing every pulse. Discovering its traditions and style. That's the Evok spirit. Starting again from scratch to create new emotions.

Finding a special place, rediscovering it, and offering it a second lease of life at the hands of designers such as: Starck, Auer, Deniot, Tollemer, Lecoadic & Scotto..

Each hotel, with its own ambition, universe, Quality of life inspired by the ground it stands on.





AUDACIEUSES PARURES

« MES BIJOUX NE SONT PAS DES PIÈCES
DE MODE MAIS DES CRÉATIONS COUP DE CŒUR »

“MY JEWELS ARE NOT FASHION PIECES, THEY ARE CREATIVE IMPULSES”

Stefano Poletti s’amuse à transformer ses bouquets d’idées en bijoux. Il capte les merveilles de la nature, l’audace des matières, pour réaliser des bijoux d’auteur, petits objets à porter toujours avec soi, sur soi, pour affirmer sa personnalité, égayer une tenue trop sérieuse... comme un clin d’œil à la mode.

Diplômé de l’Institut Marangoni à Milan et du Studio Berçot à Paris, Stefano Poletti collabore avec les grands noms de la Haute Couture pour la réalisation de leurs bijoux. Attiré par le design et la recherche de nouvelles matières, il lance sa propre ligne et obtient une renommée internationale pour des créations surprenantes et inédites, à l’image de sa collection « Botanicus », composée de verre soufflé et de fils de métal, contenant de l’eau et une pousse de lierre.

Sa matière de prédilection ? Le verre, douce réminiscence des verriers de Murano, qu’il regardait, émerveillé, dans son enfance. Dans ses bijoux, le verre est soufflé en bulles légères, recherché avec des formes organiques ou gravé sur du miroir de Venise.

Le travail de Stefano Poletti évoque le végétal et le minéral. Les brumes hivernales, les fleurs printanières, le monde aquatique inspirent ses créations, empreintes de détails subtils de matière. Cette dernière est ciselée, transformée, dentelée... un travail sans fin sur la matière, qui explique l’étonnement continu devant ses créations.

Stefano Poletti likes turning his myriad ideas into jewels. He is excellent at capturing the wonders of nature, the boldness of materials, to make creator’s jewels, small objects to carry with you always, to assert your personality, brighten up an overly serious outfit...as a wink to fashion.

After graduating from the Marangoni Institute in Milan and the Studio Berçot in Paris, Stefano Poletti collaborated with the greatest Haute Couture names for jewels creations. Fascinated by design and the research of new materials, he launches his personal line and gains international fame for surprising and unusual pieces, in the image of his “Botanicus” collection composed of blown glass and thin metal wire, containing water and a spring of ivy.

His favourite material? Glass, a sweet reminiscence of the Murano glassmakers he used to watch, bewitched, in his childhood. In his jewels, glass is blown into light bubbles with organic shapes or engraved on Venetian mirrors.

Stefano Poletti’s work conjures up plants and minerals. The winter mists, the spring flowers, the aquatic world are some of the inspirations for his creations, filled with subtle material details. The material is chiselled, transformed, serrated... endless work on materials which explain our constant amazement for his creations.

LA VIE EN DAUM

Evoquer la maison Daum, c'est se plonger dans l'histoire de l'art et de l'artisanat. La diversité des collections en 140 ans de création est le fruit d'une histoire de famille. Des hommes forts ont marqué de leur empreinte l'histoire de la cristallerie: Jean Daum, fondateur de la verrerie, Antonin Daum, qui enclenchera la période Art Nouveau, Paul Daum qui réinventera la manufacture lors de la période Art Déco et Michel Daum qui apportera du renouveau dans les années 50... Depuis, Daum continue d'allier tradition et modernité...

Pour ses 140 ans, Daum s'est inspiré des influences du passé pour réinventer les styles Art Nouveau et Art Déco avec deux collections de lampes et de vase. Du verre au cristal, en passant par des inspirations florales, Daum renouvelle son patrimoine à travers les techniques de la pâte de cristal et de cire perdue, faisant de chaque objet une pièce unique. Le maître-verrier légendaire entretient depuis plus d'un siècle une relation d'amour avec les plus grands artistes et designers de son temps, offrant à leurs œuvres une seconde vie de cristal et de couleur. La lampe iconique champignon, baptisée Résonance, rend hommage à la période Art Nouveau tandis que la collection Empreinte rappelle les plus belles heures de l'Art Déco. Une pièce forte ? Ce vase grand modèle vert, repeint en feuilles d'or à la main, orné de renoncules et de végétaux sculptés dans la matière. Enfin, icône des collections Daum, la rose incarne la passion qui anime l'atelier de Nancy depuis 140 ans. Pour son anniversaire, la cristallerie a créé une rose éternelle en cristal : la reine des fleurs se raconte alors en une collection d'architecture d'intérieur, de bijoux et décoration. L'éclat de Daum continue de briller...

The Daum house represents the history of art and crafts. The diversity of their collections throughout 140 years of creation is the result of a family story. Strong men have shaped the history of crystal glasswork: Jean Daum, founder of the glass factory, Antoine Daum, who launched the Art Nouveau period, Paul Daum who reinvented manufacturing during the Art Deco period and Michel Daum who brought a wind of change in the 50's... Since then, Daum has been carrying on combining tradition and modernity... For its 140th anniversary, Daum has taken inspiration from past influences to reinvent Art Nouveau and Art Deco with two collections of lamps and vases. From glass to crystal and floral inspirations, Daum is renewing its heritage through the pâte de crystal and lost wax techniques, making each object a unique piece. The legendary glassmaker has been maintaining a love relation with the greatest artists and designers of his time, offering their works a second life in crystal and colours. The iconic "lampe champignon" (mushroom lamp) called Resonance is a tribute to the Art Nouveau period while the Empreinte collection is reminiscent to the finest times of Art Deco. One strong piece? This large green vase repainted by hand with gold leafing and decorated with buttercups and plants carved into the material. Finally, as the icon of the Daum collections, the rose is the symbol of the passion that has been moving the Nancy workshop for 140 years. For its anniversary, the crystal making-factory has created a crystal eternal rose: the queen of flowers comes in the interior design, jewels and decoration collection. Daum keeps on shining bright...

DAUM

8, rue Royale - 75008 Paris | +33 1 40 06 91 08
4, rue de la Paix - 75002 Paris | +33 1 42 61 25 25







SENS N°3

—
Toucher
—

TO FEEL





Toucher
TO FEEL

savoir-faire

KNOW-HOW

«Protéger des produits, des techniques,
des savoir-faire, la France a toujours su le faire
avec une vraie conscience de son identité.»

—
*“Protecting products, techniques,
know-hows, France has always done so in full
awareness of its identity.”*

JOEL ROBUCHON

LE LUXE INSPIRÉ

UN SOUFFLE D'ART IMPERIAL SUR LA JOAILLERIE

INSPIRED LUXURY | A BREATH OF IMPERIAL ART ON JEWELLERY

**PIÈCES UNIQUES/ PETITES SÉRIES / SUR MESURE:
PARURES, TIARES, BAGUES DE FIANÇAILLES, MONTRES
DE JOAILLERIE, BIJOUX POUR HOMME**

Née à Paris il y a une quarantaine d'années, issue d'une famille impériale d'Afrique de l'Ouest du côté paternel et de la Guadeloupe dans les Antilles françaises du côté maternel, Sandra Bérété a un goût prononcé pour l'Afrique et son art et une fascination pour le bijou volumineux, les couleurs chatoyantes et la flore luxuriante.

PARCOURS ARTISTIQUE

Issue du milieu de l'art contemporain, Sandra Bérété s'exprime au travers du bijou qu'elle utilise comme un médium artistique tout en y intégrant rigoureusement les codes de la haute joaillerie occidentale.

Sa rencontre avec le bijou se fait progressivement, tout d'abord par le biais du cristal, matériau qui la fascine au point de l'inciter à partir visiter les cristalleries de Bohême en Europe Centrale. Mais le véritable déclencheur de sa vocation joaillière est sa rencontre avec Henri Gargat, à la fois maître orfèvre/joaillier notamment pour Boucheron, alchimiste et inventeur génial d'automates, et aussi sculpteur de génie avant-gardiste auquel Sandra montre quelques-unes de ses premières réalisations en cristal de roche et pierres fines. Encouragée par le Maestro ami de Jean Dinh Van, elle convainc un studio de création, qui ne formait que les élèves de la prestigieuse Ecole Boulle, de lui ouvrir ses portes pour lui permettre d'apprendre l'art du croquis tout en s'initiant par ailleurs à la gemmologie au sein de l'Institut Français de Gemmologie.

Entre Art Déco pour l'approche géométrique et graphique dans les lignes et Art Africain et Caribéen pour ses partis pris de volumes surdimensionnés, de formes florales et d'utilisation généreuse de pierres de couleur, les créations joaillières de Sandra Bérété paraissent issues de cet imaginaire naïf et joyeux propre aux représentations du Paradis Perdu comme on peut les voir dans l'œuvre du Douanier Rousseau.

OFFRE

Les pièces de haute joaillerie artistique sont fabriquées par les meilleurs ateliers de la Place Vendôme en petites séries ou en pièce unique sur commande pour les créations les plus exclusives sur mesure, ou présentées lors d'expositions et foires privées et lors des tapis rouges dans le cadre de Festivals de Films.

La créatrice conçoit des parures de gala et de mariage, des tiaras, des bagues de fiançailles, des chevalières, des montres de joaillerie, des bijoux pour homme ainsi que des lunettes de haute joaillerie assorties aux parures pour la jet set et les princesses.

De subtiles déclinaisons sont proposées pour chaque collection en pierres précieuses, en pierres fines montées sur or ou platine.

**UNIQUE PIECES / SMALL SERIES / MADE-TO-MEASURE
JEWELLERY SETS, TIARAS, ENGAGEMENT RINGS, JEWEL-
LERY WATCHES, MEN'S JEWELLERY**

Born in Paris, forty something years ago in an imperial West African family on her father's side and a French West Indies Guadeloupean family on her mother's side, Sandra Bérété has a pronounced taste for Africa and its art and fascination for voluminous jewels, rich colours and lush flora.

ARTISTIC EXPERIENCE

Coming from the world of contemporary art, Sandra Bérété expresses herself through her jewels, which she uses as artistic media while thoroughly incorporating the codes of western fine jewellery.

She became acquainted with jewels gradually, first through crystal, a material that fascinated her to the point where she went to visit the Central European Bohemia crystal factories. But the element that truly triggered her calling was her encounter with Henri Gargat, master goldsmith and jeweller, notably for Boucheron, alchemist and brilliant inventor of automatons and genius avant-garde sculptor to whom Sandra presented some of her first rock-crystal and fine gemstone pieces. Encouraged by the Maestro, who was a friend of Jean Dinh Van's, she convinced a design studio that was only training students from the prestigious Boulle School to open their doors to her and teach her sketching, while she was also learning gemmology at the Institut Français de Gemmologie.

Halfway between Art Deco for the geometric and graphic approach and African and Caribbean Art for her committed stance for oversize and floral volume and generous use of coloured stones, Sandra Bérété's jewels seem to stem from this naïve and cheerful fantasy, specific to Paradise Lost representations as you can see them in the work of Le Douanier Rousseau.

OFFER

Her fine jewellery pieces are made-to-order by the best Place Vendôme workshops in small series or in unique pieces for the most exclusive made-to-measure pieces or presented during exhibitions and private fairs and on red carpet events such as film festivals.

The creator designs gala and wedding jewellery sets, tiaras, engagement rings, signet rings, jewellery watches, men's jewellery as well as matching fine jewellery glasses for the jet set and princesses.

Subtle variations are offered for each precious stone collection, in fine gemstones mounted in gold or platinum.







MON BEL ORANGER

MY FINE ORANGE TREE

Formé en tant que paysagiste en France et passionné des jardins et de l'art de vivre, Matthieu MICHEL a travaillé sur de nombreux territoires en passant de Cannes, à l'Italie, à la côte Ouest des Etats Unis pour revenir à Paris où il dirige aujourd'hui la société les Jardins de L'Orangerie spécialiste de l'aménagement paysagé pour les jardins intérieurs et extérieurs des plus beaux jardins parisiens.

Il intervient dans les réalisations de jardins, patio et terrasses pour les palaces parisiens, des sièges de sociétés internationales et des jardins de particuliers avec une passion particulière pour les végétaux et les réalisations techniques et complexes.

Passionné par les voyages, il rapporte de ses déplacements de nombreuses idées végétales, des matériaux d'ailleurs qu'il sélectionne et qu'il propose à ses clients où aux nombreux architectes et architectes paysagistes avec qui il collabore.

Toujours en quête du travail bien fait et de la satisfaction de ses clients, il prend à chaque fois le plus grand plaisir à voir un nouveau jardin fini et à observer aux côtés de ces clients l'évolution de la nature qui s'adapte si bien à Paris ou aux grandes villes du monde.

« A Paris, il y a encore tant de jardins et de possibilités qui s'offrent à nous pour offrir un monde meilleur grâce aux végétaux. Quand l'architecture, le design, la nature et les idées de créateurs se rencontrent autour d'une idée, les plus beaux jardins se créent. »

As a trained landscape gardener fascinated with gardens and the art of living, Matthieu MICHEL has worked on many territories from Cannes to Italy and the American west coast to finally come back to Paris where he now runs the Jardins de l'Orangerie company specializing in landscape design for the most beautiful indoor and outdoor Paris gardens.

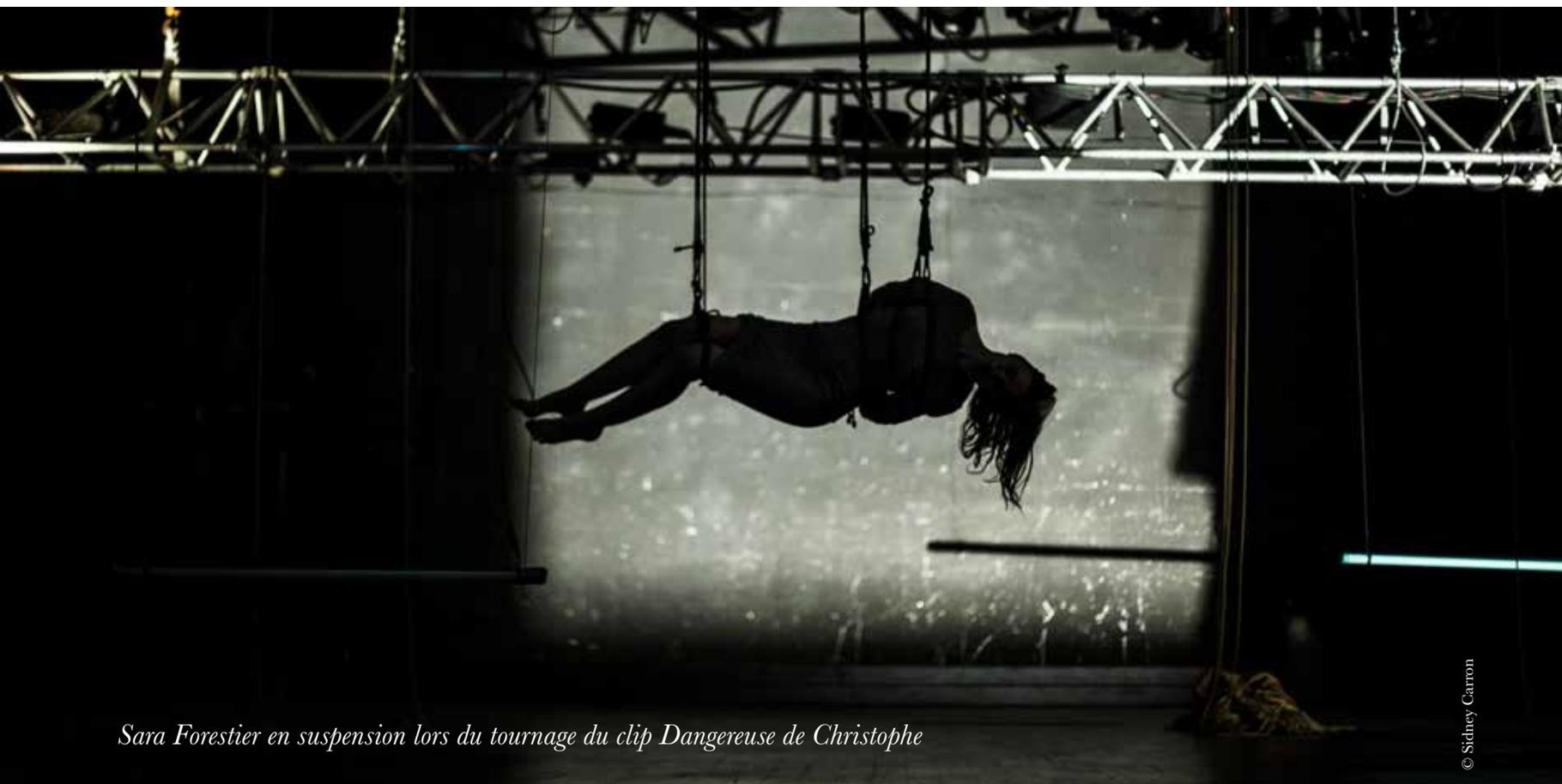
He works on gardens, patios and terraces for great Paris hotels, international companies' headquarters and individuals' gardens with a specific passion for plants and technically complex achievements.

He is passionate about travelling and brings back many vegetable ideas and materials from his travels, which he then selects and offers to his clients and the many architects and landscape architects he works with.

He has a perfect job ethics and works to satisfy his clients the best he can, always taking great pleasure in seeing a new garden and observing nature evolving in Paris as well as in the greatest cities in the world.

"In Paris there are still so many gardens and opportunities to make this world better with plants. When architecture, design, nature and creators' ideas meet around one idea, that is when the most beautiful gardens are created."

LES JARDINS DE L'ORANGERIE



Sara Forestier en suspension lors du tournage du clip Dangereuse de Christophe

© Sidney Carron

ACCORDS DE CORDES

ROPE HARMONY

Cyril Grillon est un artiste de la corde.

Il emmène la pratique du shibari au-delà de ses limites naturelles. En l'extrayant du terreau de la pornographie japonaise, il raffine le potentiel artistique de cette pratique et le distille dans tous les pans de l'art contemporain en collaborant ou en intervenant sur les projets qui font appel à la pratique de la corde.

A l'écran, il collabore avec l'artiste Loris Gréaud sur son "objet filimique non identifié" *Sculpt* ainsi qu'avec le chanteur Christophe pour l'unique clip de sa carrière *Dangereuse*.

Cyril s'implique aussi dans le spectacle vivant, en accompagnant la danseuse Marinette Dozeville sur la création de son seule-en-scène *Là*, se délasse Lilith et il a la chance de travailler avec le dramaturge Sulayman Al-Bassam sur la pièce *The Lamentation for the destruction of Ur*. Il co-crée actuellement une pièce mêlant cordes et théâtre adaptée de *Corps Utopique* de Michel Foucault.

Cyril n'attache pas que des humains avec ses cordes, on retrouve son travail sur des installations artistiques sculpturales *Red Garden* de Christophe Gautrand dans le jardin du Mandarin Oriental.

Au final, la corde n'est qu'un outil, la prolongation du corps qui permet de laisser vivre un peu plus longtemps l'empreinte d'une caresse.

Cyril Grillon is a rope artist.

He takes shibari beyond its natural limits.

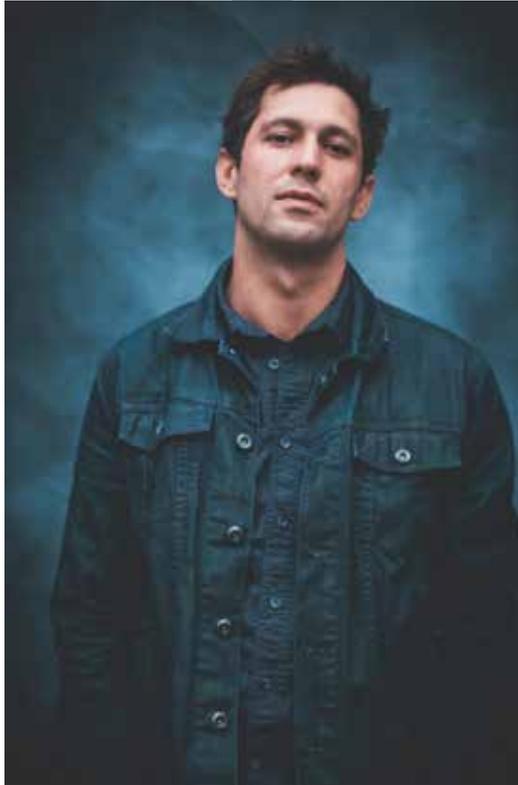
By taking it out of the Japanese pornography milieu it came from, he refines the artistic potential of this practice and disseminates it in all parts of contemporary art, either in collaborations or in interventions on rope related projects.

On the screen, he collaborates with artist Loris Gréaud on his "unidentified film object" *Sculpt* as well as with singer Christophe for the only music video of his career *Dangereuse*. Cyril is also involved in performing arts, working with dancer Marinette Dozeville on the creation of her one-woman-show *Là*, se délasse Lilith and he had the opportunity to work with playwright Sulayman Al-Bassam on his play *The Lamentation for the destruction of Ur*.

He is currently co-creating a play combining ropes and theatre, an adaptation of Michel Foucault's *Corps Utopique*.

Cyril does not only tie humans up with his ropes. He also works on artistic sculptural installations, Christophe Gautrand's *Red Garden* in the Mandarin Oriental garden.

In the end, ropes are mere tools, body extensions that allow caress prints to linger on.



UTILES USTENSILES

USEFUL USTENSILS

CREATEUR D'UNIVERS HORS DIMENSIONS

CREATOR OF UNIVERSES OUT OF DIMENSIONS

USTYL c'est l'ustensile nécessaire quand on fait une préparation complexe, celui qui manque souvent quand c'est compliqué et bon, c'est pour ça que USTYL a choisi d'utiliser des ingrédients de qualité alliant exigence et créativité.

Atelier de menuiserie, de la découpe du bois à l'impression 3D en passant par l'électronique, on y travaille sur tout type de projets lié à la fabrication.

USTYL se démarque dans son travail avec de nombreux artistes et cinéastes par une recherche de sens afin de répondre de la façon la plus juste aux projets.

Fondé en 2012, par Damien Chutaux, l'atelier USTYL réunit un groupe de personnes aux parcours différents et complémentaires, constellation de singularités. Il est situé à Montreuil.

Des machines, du bois, des inventions douteuses et d'autres plus sérieuses, quand on y rentre ça sent bon le bois et d'autres fois ça sent fort de drôles d'odeurs de peintures de résines ou de plastiques, aussi de métal... Un endroit chaleureux et convivial, où techniques, savoir-faires et projets se rencontrent.

USTYL is the utensil you need when you make a complex preparation, the one that is often lacking when it's complicated and good, that's why USTYL chose to use quality ingredients combining demand and creativity.

Carpentry workshop, from wood cutting to 3D printing and electronics, we work there on any type of projects related to manufacturing.

USTYL stands out in its work with many artists and filmmakers by seeking meaning in order to respond in the most fair way to projects.

Founded in 2012 by Damien Chutaux, the USTYL workshop brings together a group of people with different and complementary backgrounds, a constellation of singularities. It is located in Montreuil.

Machines, wood, dubious inventions and other more serious, when you enter it smells good wood and other times it smells of odd odors of paints resins or plastics, also of metal ... A warm and friendly place, where techniques, know-how and projects meet.







Toucher
TO FEEL

étoffes

CLOTH

«Nous sommes faits de l'étoffe
dont sont tissés les songes, et notre vie
si courte a pour frontière un sommeil»

—
*“We are such stuff
As dreams are made on; and our little life
Is rounded with a sleep.”*

WILLIAM SHAKESPEARE



La fabuleuse destinée de
COCO BONHEUR

THE FABULOUS DESTINY OF COCO BONHEUR

Gabrielle Bonheur n'a jamais suivi la mode. C'est la mode qui l'a suivie. Née le 19 août 1883 à Saumur, elle était orpheline à 12 ans et consacra sa vie à embellir sa solitude, que l'on devine immense et incurable, malgré l'énergie créatrice avec laquelle, sous ses doigts de fée, elle réussit à transformer l'allure des femmes de son époque. Nous lui devons beaucoup. C'est elle qui a raccourci les cheveux et les jupes, c'est elle qui a supprimé la taille fine pour donner à nos silhouettes ce je ne sais quoi de longiligne et de sophistiqué où se reconnaît la Parisienne dans toute sa splendeur dédaigneuse.

Oui, avec un nom de baptême comme le sien, elle aurait pu garder ce «bonheur» qui lui allait comme un destin, comme un gant, ou plutôt comme la petite robe noire qu'elle inventerait en 1926, un fourreau droit sans col, avec des manches trois quart, d'une élégance austère, presque douloureuse... Au lieu de se faire appeler «Coco» d'après la chansonnette dont elle régala les militaires pendant son adolescence: «Qui qu'à vu Coco dans l'Trocadéro?»

Coco Chanel osait la nouveauté, et jouait avec ses idées avec le courage des grands créateurs. «Symbole de l'élégance française», elle faisait la nique à Paul Poiret, qui trouvait que ses femmes taille 36 avaient des looks de «petites télégraphistes sous-alimentées», sans voir que cette «couseuse» de génie avait une influence naturelle sur tous ceux qui l'approchaient, et en particulier certains hommes qui ne résistaient pas à son charme original, prêts à tout pour satisfaire ses énormes besoins. Ainsi le très riche Etienne Balsan, son meilleur ami, un ancien officier qui se consacrait à l'élevage des chevaux de course, ou Boy Capel, son premier mécène, son amant anglais, fou d'elle, qui aurait le temps de lui acheter la rue Cambon avant de mourir dans un accident de voiture en 1919. Pour elle, ce deuil fut un drame dont elle mit des années à se relever, jusqu'à mourir enfin en 1971 sur le toit du monde, au sommet de l'Himalaya du style, c'est à dire au Ritz, where else?

On aurait pu voir en elle, eût-elle vécu en même temps que Molière, une «précieuse ridicule», sauf qu'elle prêtait une attention maniaque à tous les détails de son environnement et vivait comme sur une scène, impeccable, entourée de grands esprits comme Stravinski, Picasso, Diaghilev, Cocteau, Jean Renoir, Darius Milhaud, Pierre Reverdy, Dali, Visconti, Mallarmé, Colette, Proust... et son amie Misia Sert, la reine de Paris, l'élève de Gabriel Fauré. Tous étaient logés dans l'hôtel de Rohan, rue du Faubourg Saint-Honoré...

On imagine les folles soirées de Rohan, qui lui donnèrent une aura de magicienne aux cheveux courts, première dans l'Histoire à créer «des vêtements simples et pratiques» mais irréguliers, irrésistibles. Nous lui devons le chandail, le cardigan, le pyjama de jour, la jupe plissée... Inventions dynamiques et sportives. Chanel jouait comme Jean-Luc Godard – sans être féministe ! – avec l'ambiguïté des sexes, avec le «Masculin-Féminin».

Après la guerre, elle se retira sur son Aventin pour laisser passer le train du New Look de Christian Dior, tailles fines, jupes larges et manches ballonées, ce n'était pas son genre de beauté. Chanel sortit de cette traversée du désert grâce à la révolution du tailleur en tweed, avec poches et chapeaux cloches, puis ce fut la grande vague des parfums, qui allaient changer l'ambiance dans notre capitale, et les senteurs de rêve portées au pinacle par l'aveu faussement rougissant de Marilyn: «Pour dormir, je ne porte que quelques gouttes de numéro Cinq.» Même Karl Lagerfeld s'incline devant le génie érotique de Gabrielle Bonheur.

Gabrielle Bonheur has never followed trends. Trends followed her. Born on 19 August 1883 in Saumur, she was orphaned at the age of 12 and dedicated her life to uplifting her loneliness, which must have been immense and incurable, despite the creative energy with which her nimble fingers managed to transform the way women looked in her time. We owe her a lot.

She is the one who got women's hair and skirts shorter, ended the narrow waistline trend and gave our silhouettes a slender and sophisticated je-ne-sais-quoi where Paris women saw themselves in their snobbish splendour.

Coco Bonheur – meaning Coco Happiness – fit her like a destiny, like a glove, or like the little black dress she would come up with in 1926; a collar-free sheath dress with three-quarter sleeves, austere, elegant, almost painful... Instead of calling herself “Coco”, from the song she would sing to army men when she was a teenager: “Qui l'a vue Coco dans l'Trocadéro?” (Who's seen Coco at the Trocadéro?).

Coco Chanel was not afraid to innovate and play with her ideas and great designers' boldness. As a “symbol of French elegance”, she thumbed her nose at Paul Poiret who thought size-8 models looked like “underfed little telegraph operators”, unaware that this little genius “seamstress” had a natural influence over everyone around her, especially certain men who could not resist her original charm and would have done anything to meet her many needs.

Her best friend, the very wealthy Etienne Balsan, former officer who bred racehorses and Boy Capel, her first patron and English lover who was crazy about her and bought her the rue Cambon apartment before dying in a car accident in 1919. It took her years to get over this tragedy. And she died on the top of the world, on the top of the Himalaya of style, at the Ritz.

Had she lived in the time of Molière, she would have been a précieuse ridicule, only she cared for every detail of her environment and lived as if she were on a stage, irreproachable, surrounded by great spirits such as Stravinsky, Picasso, Diaghilev, Cocteau, Jean Renoir, Darius Milhaud, Pierre Reverdy, Dali, Visconti, Mallarmé, Colette, Proust...and her friend Misia Sert, the queen of Paris and student of Gabriel Fauré. They were all accommodated at the hôtel de Rogan, rue du Faubourg Saint-Honoré...

We can imagine the evenings at Rohan, which gave her this short-haired magician's aura, the first one to create “simple and practical clothes”, but also irregular and irresistible ones. We owe her sweaters, cardigans, day pyjamas, pleated skirts... Dynamic and athletic inventions. Chanel, like Jean-Luc Godard – without being a feminist! – played with gender ambiguity, with “Masculin-Féminin”.

After the war, she retired on the Aventine Hill to let Christian Dior's New Look trend pass with narrow waistlines, wide skirts and balloon sleeves – this was not her kind of beauty.

Chanel came out of this retirement with the revolutionary tweed suit, with pockets and cloche hat. Then came the wave of perfumes, that were going to change the capital's atmosphere, and dreamy fragrances highly praised by a falsely blushing Marilyn saying she only wore “a few drops of Chanel number 5” to bed. Even Karl Lagerfeld bows down before Gabrielle Bonheur's creative genius.



ALEXIS MABILLE

DANDY DU STYLE

STYLISH DANDY

La couture est une tradition familiale chez Alexis Mabille. A six ans, il savait déjà manier l'aiguille et apprécier les tissus. Cet amour de la matière l'a amené à travailler auprès de grandes maisons de couture. En 2005, il lance sa propre marque et en 2010, il devient membre officiel de la Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne. Les créations d'Alexis Mabille évoquent un style résolument féminin. Pourtant, le jeune Lyonnais avait marqué ses débuts par un vestiaire unisexe, mêlant masculin et féminin. Les pantalons mixtes étaient les premiers vêtements qu'il griffa de son nom ; tous issus d'une collection conjuguant la créativité du vestiaire féminin avec les textures et technicités empruntées au « masculin ». Aujourd'hui encore, il voyage entre les univers : il retravaille un smoking avec des couleurs féminines, des matières souples et douces comme le crêpe, tout en conservant sa structure en le rendant confortable et décontracté... Un symbole ? Le nœud papillon, cet accessoire emprunté aux hommes devient un objet inépuisable de créativité : brodé, doré, twisté, coloré, zippé... le nœud papillon est l'un des emblèmes phares d'Alexis Mabille.

De ses lignes de prêt à porter à celles de la Haute Couture, Alexis Mabille crée un style chic et ludique, très moderne, décliné aussi bien pour le jour que pour le soir. Exploitant parmi les plus belles matières, le travail d'atelier permet tous les excès : dentelles, beaux tissus, effets de matières, robes qui brillent, jupes fendues, nœuds, frou-frou... autant de détails qui subliment les silhouettes pensées par Alexis Mabille.

For Alexis Mabille, Couture is a family tradition. At six years old, he could already use a needle and appreciate fabrics. This love for materials has led him to work with great couture houses. In 2005, he launched his own brand and in 2010 he became a member of the Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne. Alexis Mabille's creations are unhesitatingly feminine. And yet, the young Lyon boy started his career with a unisex wardrobe combining men and women's clothes. Unisex trousers were the first clothes he signed with his own name; they all came from a collection combining the creativity of women's wardrobe with the texture and technicity of men's wardrobe. To this day, he still works between both worlds: he works on a dinner jacket with feminine colours, flexible and soft materials such as crepe, while keeping its structure and making it comfortable and casual... A symbol? The bow tie, this accessory borrowed from the men's wardrobe is becoming an endlessly creative object: embroidered, golden, twisted, coloured, zipped...the bow tie is one of Alexis Mabille's signatures.

From his ready-to-wear lines to his Haute Couture lines, Alexis Mabille creates an elegant and playful style, very modern, and for day and evening alike. Using his most beautiful materials, his workshop is the place where all excesses are possible: lace, nice fabrics and materials, shiny dresses, slit skirts, bows, frills and furbelows... so many details that enhance the silhouettes designed by Alexis Mabille.

ALEXIS MABILLE

34, galerie Vivienne - 75002 Paris | +33 9 80 62 92 70 | alexismabille.com





Ventes en Bandes Organisées

BY YAEL



LA BOITE À MALICE

MAGIC BOX

Garçonne, élégante et insolente, Yaël organise des ventes événementielles où chacun déniche une partie de bonheur. De la femme à l'homme... celui qui cherche trouve.

Objets malicieux, bougies odorantes, accessoires et bijoux, le monde de Yaël détonne, s'inspire des années folles, crée l'événement, joue les échanges.

Une rencontre en amène une autre et les expériences se partagent autour d'un verre à la fin de la journée, après avoir découvert du style, on déguste l'amitié. Un must parisien.

Boyish, elegant and insolent Yaël organises event sales where anyone can find a bit of happiness. Women and men alike...he who seeks, finds.

Clever objects, scented candles, accessories and jewels, Yaël's world is unusual, inspired by the Roaring Twenties to create events and communication.

One encounter leads to another and experiences are shared around a drink at the end of the day, after discovering style, you enjoy friendship. A Paris essential.



LA MAISON SAINT JAMES
& THE WOOLMARK COMPANY

LA QUALITE
EN HERITAGE
INHERITED QUALITY

SAINT JAMES®



Christopher Fraser,
tondeur de moutons à Cooinbil Station - Australie,
avec l'icône pull matelot SAINT JAMES.

*Christopher Fraser,
sheep-shearer in Cooinbil Station, Australia,
with SAINT JAMES' iconic striped sailor sweater.*



L'Australie compte plus de 73 millions de moutons, dont la majorité sont de race Mérinos.
There are over 73 million sheep in Australia, the majority of which are Merino breed.

Pour célébrer les cinquante ans de leur collaboration, la Maison Saint James et The Woolmark Company imaginent une collection capsule articulée autour des valeurs qui animent ces deux entités à l'héritage fort: la recherche de la qualité, la mise en avant d'un savoir-faire, et un profond amour des belles matières. Genèse de cette collection capsule, entre l'Australie et le Mont Saint Michel.

A huit heures du matin, une petite usine située dans la ville de Saint James, à quelques kilomètres du Mont Saint Michel, commence doucement son activité. Des groupes d'ouvriers s'installent aux machines à tricoter, parfois membres d'une même famille, souvent des femmes, tous ayant été formés plus de dix-huit mois avant de pouvoir manipuler la matière première d'exception qui sera progressivement transformée en pulls Saint James: la laine australienne certifiée Woolmark.

Au même moment, de l'autre côté du globe, le soleil se couche sur les fermiers et producteurs de laine mérinos australienne, qui, leur journée de travail terminée, ont fait rentrer les bêtes à l'étable. Tout un monde les sépare, et pourtant, depuis désormais cinquante ans, l'un comme l'autre s'activent pour le même but: la production et la diffusion d'une laine d'excellente qualité, traitée dans le respect d'un savoir-faire et d'un héritage commun. « Ce qui fait la réussite et l'originalité de petites entreprises comme Saint James, c'est de fabriquer et vendre une différence, estime Luc Lesénécal, président de l'entreprise

Celebrating fifty years of collaboration, Maison Saint James and The Woolmark Company have come up with a capsule collection revolving around the values of these two entities with strong heritages: search for quality, emphasis on a certain know-how and deep love for beautiful materials. Here is the Genesis of this capsule collection, half way between Australia and Mont-Saint-Michel.



Luc Lesénécal (Tricots Saint James) et Stuart Ford (The Woolmark Company).

Eight in the morning, a little factory located in Saint James, a few miles from the Mont-Saint-Michel is slowly beginning to work. Groups of workers are settling at their knitting machines – sometimes related, mostly women, they were all trained for over eighteen months before being able to manipulate the exceptional raw material that will gradually be transformed into Saint James sweaters: Woolmark certified Australian wool.

At the same time, on the other side of the globe, the sun is setting on the farmers and producers of Australian Merino wool who, after a day's work, have taken the animals back to their barn. There is an entire world standing between them, and yet, for fifty years now, they have all been working to the same purpose: producing and distributing excellent quality wool, processed in keeping with a common know-how and heritage. "What makes the success and originality of small businesses such as Saint James is that they are making and sel-

spécialisée dans le pull marin. Et, pour moi, ce qui fait la réussite et l'originalité du label Woolmark, c'est aussi de vendre une différence: cette différence, c'est la qualité.»

UNE COLLECTION CÉLÉBRANT DES VALEURS COMMUNES

A l'automne 2018, The Woolmark Company et la Maison Saint James présenteront leur première collection capsule, mariant l'habileté du tricotage des ateliers Saint James à la pureté de la laine certifiée Woolmark, déclinée en quatre pièces: un pull homme, un pull femme, ainsi qu'une robe et une jupe. Le tout est confectionné dans une laine spécialement sélectionnée pour sa douceur, à porter près du corps, «aux antipodes du traditionnel pull marin qui peut parfois gratter un peu,» précise Luc Lesénécal.

Le choix de la laine s'est fait en direct avec les producteurs, sur une ferme de l'état de New South Wales, en Australie. C'est ici que Woolmark invite les marques avec lesquelles le label collabore à venir véritablement faire l'expérience de la matière: «Quand vous venez visiter la ferme, vous sentez son odeur particulière, vous touchez un mouton, vous parlez à un producteur... Toutes vos connaissances académiques deviennent concrètes, explique Stuart Ford, directeur général de The Woolmark Company. Les hommes qui travaillent sur ces terres sont tellement passionnés, ça ne peut qu'être communicatif. Vous devenez naturellement un ambassadeur de la fibre.» Le pool de marques avec lesquelles collabore le label, une organisation de promotion de la laine à but non lucratif, est large: on y trouve des jeunes créateurs comme Jacquemus ou Facetasm, des organisations sportives comme la World Surfing League, des maisons de luxe comme Raf Simons ou Philip Lim, ou encore des marques de moyenne gamme comme Saint James. Tous ont en commun un véritable amour des matières naturelles. «A première vue, les moutons peuvent vous paraître un peu sales, jaunâtres, couverts de fibres, reprend Stuart Ford. Mais quand vous voyez un fermier séparer la laine sur le dos de l'animal et révéler la blancheur éclatante qui dort sous la surface, c'est une image impossible à oublier.»

SATISFAIRE UN CONSOMMATEUR « RETOURNEUR D'ÉTIQUETTE »

Comment transformer cette matière brute en prêt-à-porter? C'est là qu'intervient l'étape du tricotage. Chez Saint James, elle est réalisée directement dans les ateliers de la maison, pour une production 100% made in France. La laine vierge quitte l'Australie pour atterrir en Normandie, où une équipe de tricoteurs et couturières expérimentés va s'affairer à la préparer pour l'étape de confection. Il faut en moyenne la laine d'un mouton pour réaliser un pull marin Saint James, soit environ vingt kilomètres de laine. Sur une durée de fabrication de quinze jours, le pull passe entre dix-huit paires de mains parmi les 300 salariés de l'atelier Saint James, un savoir-faire transmis de génération en génération récompensé du label d'état Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV). «Le nouveau consommateur est un retourneur d'étiquette, conclut Stuart Ford. Il n'est plus seulement concerné par l'apparence et la marque du vêtement, mais retourne l'étiquette pour découvrir où et dans quelle matière ce vêtement a été fabriqué.» La tendance est aux pièces respectueuses: dans ce domaine, la laine, entièrement biodégradable, apparaît comme une matière phare pour les consommateurs soucieux de préserver l'environnement. Une belle manière de rendre à la terre ce qui lui appartient.

ling a difference, claims Luc Lesénécal, CEO of the company specializing in striped sailor knitwear. And to me, the success and originality of the Woolmark label is due to their selling a difference as well: quality.

A COLLECTION TO CELEBRATE COMMON VALUES

In the fall of 2018, The Woolmark Company and Saint James will present their first capsule collection, combining the art of knitting in the Saint James factory with the Woolmark certified pure wool, through four pieces: a men's sweater, a women's sweater, a dress and a skirt. All made of wool that was specifically selected for its softness, to be worn close fitting, *"the opposite the traditional striped sailor sweater that sometimes itches a little"* says Luc Lesénécal.

The choice of the wool was made directly with the producers, on a farm in the state of New South Wales, Australia.

That is where Woolmark invites the brands they are collaborating with to come and truly experience the material: *"When you come to visit the farm, you smell this particular smell, you touch a sheep, you talk to a producer... All your academic knowledge becomes tangible, explains Stuart Ford, general manager of The Woolmark Company. The men who work on these lands are so passionate that it becomes infectious. You naturally become an ambassador for the fibre."*

The pool of brands working with the label, a non-profit organisation dedicated to the promotion of wool, is wide: there are young designers such as Jacquemus or Facetasm, sport organisation such as the World Surfing League, luxury houses such as Raf Simons or Philip Lim, and mid-range brands such as Saint James.

They all share a true love for natural materials. *"At first sight, the sheep may seem a little dirty, yellowish, covered in fibres, says Stuart Ford. But when you see the farmer separating the wool on the animal's back and revealing the bright whiteness sleeping under the surface, it is an image you cannot forget."*

SATISFYING "TAG READER" CUSTOMERS

How do you transform this raw material into ready-made clothes? That is where the knitting phase comes in to play. At Saint James, it is achieved directly in the house's workshops for a 100% made in France production. The virgin wool leaves Australia and lands in Normandy where a team of skilled knitters and seamstresses will prepare for the manufacturing phase. It takes the wool from roughly one sheep to make one Saint James striped sailor sweater, i.e. some twenty kilometres of wool. During the fifteen days it takes to make, the sweater will pass through eighteen pairs of hands among the 300 employees of the Saint James factory, a know-how passed down from generation to generation and rewarded with the Entreprise du Patrimoine Vivant (or EPV – Living Heritage Company) state label. *"Consumers now read tags, says Stuart Ford. They are no longer only interested in the look and brand of the clothe, they read the tag to discover where it was made and using which materials."* Respectful pieces are trendy: and in this view, wool, which is entirely biodegradable, appears like a flagship material for environment-friendly consumers. A nice way to give the Earth what originally came from it.

SAINT JAMES® ×  **THE WOOLMARK COMPANY**



Pour tricoter son célèbre pull matelot, SAINT JAMES sélectionne en Australie la meilleure laine au monde.
To knit the famous sailor sweater, SAINT JAMES selects the best wool in the world in Australia.





SENS N°4

Ouïe

TO HEAR

5





Ouïe
TO HEAR

résonances

RESONANCE

«Le monde est rempli de résonances.
Il constitue un cosmos d'êtres
exerçant une action spirituelle.
La matière morte est un esprit vivant.»

—
*“The world is full of resonances.
It constitutes a cosmos of things
exerting a spiritual action.
The dead matter is a living spirit.”*

VASSILY KANDINSKY



> 01A NICOLAS BRIANÇON



> 05A DOMINIQUE SEGALL



> 09A OLIVIER MARCHAL



> 02A MATHILDA MAY



> 06A NICOLE CROISILLE



> 10A OBRUNO SOLO



> 03A THIERRY ARDISSON



> 07A KENZO



> 11A PHILIPPE LELLOUCHE



> 04A DJ ZEBRA



> 08A MICHEL FAU



> 12A GUY CUEVAS



DU BAZAAR DANS LA CULTURE

Paris Bazaar ? C'est quoi ça ? Avec deux a en plus ! C'est qui ? À quoi ça sert ? Tous ces sites, ces blogs et ces moi-je qui pullulent sur la toile ? Encore un ??

Ces questions, on vous met à l'aise, nous nous les sommes posées aussi. Pas longtemps, Deux minutes. Ensuite ? Ensuite, on a foncé. On avait trop envie de dire, de raconter, de montrer, de partager.

Paris Bazaar, c'est la culture comme on veut. Comme nous avons nous-mêmes envie de la lire et de la découvrir. En prenant le temps de savourer chaque rencontre, en prenant aussi celui du récit. Il y a de la gourmandise sur cette page, de l'appétit sur ce site. Et une profonde tendresse pour celles et ceux qui prennent le risque d'avancer et de créer. Chacun à leur façon, ils nous disent l'époque, nous racontent le monde et explorent le grand mystère de la condition humaine. Il y a des entreprises moins aimables. Alors, on peut se tromper bien-sûr et même faire preuve de mauvais goût, on ne se perd jamais à découvrir une oeuvre. C'est ce qui nous anime.

Nous ne jugeons pas. Nous aimons ou non, nuance. Ce qui d'ailleurs est assez rare. Et nous préférons passer du temps à dire pourquoi nous avons aimé qu'en perdre à écrire le contraire. Les donneurs de leçons qui ont souvent en commun de n'avoir rien fait, les gardiens des temples qu'à la longue plus personne ne fréquente, les prétendus faiseurs de rois qui bientôt se pensent plus importants que leur sujet, au mieux nous font rire, le plus souvent nous indiffèrent. Comme nous laissent de marbre les afféteries du moment. Nous laissons à d'autres les petits bonheurs mesquins du buzz, du sarcasme et de la débîne. Nous, c'est la curiosité qui nous guide, c'est l'enthousiasme qui bouge nos lignes. La Vie est trop courte pour se la pourrir.

C'est ainsi, au gré de nos envies et de nos *pourquoi pas?*, que nous avons aimé vous raconter la fabuleuse légende du Palace et vous emmener à la soirée des Molières. Comme nous nous amusons à décrypter la pub et ces images qui nous regardent. Vous étiez avec nous quand Michel Fau, dans la loge si chargée d'histoires de Jean-Claude Brialy aux Bouffes Parisiens, nous a dit l'homme de théâtre qu'il est. Et c'était passionnant. Vous étiez à nos côtés lorsque chez Sacha Guîtry à la Madeleine, Philippe Lellouche et Nicolas Briangon nous ont raconté leur rencontre. Et le jour où Jean-Michel Ribes nous a expliqué que "la liberté, c'est de ne pas oublier l'enfance", c'est aussi à vous qu'il l'a confié. Avec Paris Bazaar, vous avez découvert ce pirate de DJ Zébra, vous avez aimé les mots et les jeux du tout jeune Mickaël Hirsch. Vous avez redécouvert Mathilda May et Jean-Pierre Kalfon... Et je n'ai pas le temps ni la place de tous les évoquer. Notre histoire, de toute façon, n'en est qu'à ses premières phrases. Vivement les prochaines, vivement toutes les autres !
À bientôt chez nous !

BAZAAR IN CULTURE

Paris Bazaar? What is that? Who is that? What is it for? All these web-sites, blogs, "me this and me that" everywhere online? Another one??

Take it easy, we have asked ourselves these questions as well. Not for long, though. Maybe two minutes. And then? And then we went for it. We really wanted to say, tell, show and share.

Paris Bazaar is culture as you want it. As we want to read and discover it ourselves. Taking the time to enjoy each encounter and to tell you about it. There is self-indulgence on this page, appetite on this web-site. And deep tenderness for the women and men who risk moving forward and creating something. Each in their own way, they tell us about a time, about a world, and explore the great mystery that is human condition. Some companies are not that nice. Sometimes we are wrong, of course, and even show bad taste. But you cannot waste time discovering something. That is what we live for.

We don't judge. We either like things or we don't, there is a difference. Which is quite rare. And we prefer spending time telling you why we loved something rather than wasting time telling you why we didn't. Finger pointers often have in common the fact that they have not done much – people who guard temples that nobody comes to visit anymore, so-called kingmakers who think they matter more than their topics make us laugh, at best, and most of the time leave us indifferent. Just like we are left cold by timely affectations. We leave petty buzzes, sarcasms and badmouth to others. We are guided by curiosity. Enthusiasm is what moves our lines. Life is too short to ruin.

That is how, following our whims and why nots, we have loved telling you about the fabulous legend of the Palace and take you to the Molières awards ceremony. Just like we enjoy decrypting advertisements and pictures. You were with us when Michel Fau, in Jean-Claude Brialy's historical dressing room at the Bouffes Parisiens theatre, told us what kind of theatre man he was. And it was fascinating. You were with us when, at Sacha Guîtry's theatre de la Madeleine, Philippe Lellouche and Nicolas Briangon told us how they had met. And the day when Jean-Michel Ribes explained that "being free means never forgetting your childhood", he was talking to you too. With Paris Bazaar, you have discovered the pirate DJ Zébra, you have loved Mickaël Hirsch's words and games. You have rediscovered Mathilda May and Jean-Pierre Kalfon... And I don't have the time or space to tell you about all of them. Our history is only beginning anyway. We can't wait for the rest, all of it!

See you soon at ours!

OLIVIER DAUDÉ



IMPRESSION PARISIENNE

Imprimerie parisienne historique, Frazier fait vivre au quotidien les savoir-faire de qualité liés aux papiers, à l'encre et à l'impression. L'art d'inscrire la pérennité, faire perdurer l'excellence avec le temps. Ces valeurs sont celles qui animent Frazier Paris depuis plus de 120 ans.

Créée en 1896 en plein cœur de Paris, l'imprimerie est toujours située à son adresse historique, rue de Chabrol dans le X^e. Une situation géographique inédite de proximité, facilitant les échanges avec ses clients, entreprises, institutions, agences de communication et galeries d'art inscrivant Frazier Paris comme l'acteur incontournable de l'imprimerie haut de gamme.

Tel un horloger, Frazier Paris règle des machines de haute technologie qui proposent à son bénéficiaire de s'inscrire dans le temps. Des outils de pointe dans une antichambre de l'artisanat historique de la capitale française. Dernière imprimerie parisienne influente, Frazier Paris a su traverser les époques, grâce à un pôle de compétences constitué de professionnels des arts graphiques. La fusion des compétences humaines et du matériel permettent d'anticiper les demandes et de répondre aux offres les plus pointues.

La récente acquisition d'une presse offset LED UV, la première à entrer en Europe et unique à Paris, permet une impression sur papiers matières sans vernis tout en conservant l'aspect et le touché du support. Cette machine LED a l'avantage de ne pas rejeter d'ozone et a une faible consommation d'énergie.

Consciente des besoins d'immédiateté et des délais toujours plus serrés, Frazier Paris forme les artisans du XXI^e siècle, à la fois techniciens et conseillers-clients: amoureux de leur art autant que de la satisfaction de ceux qui en bénéficient. Le mot d'ordre est l'excellence, ce qui est rendu possible par une équipe choisie aussi bien pour son savoir-faire que pour la finesse de son regard, la sensibilité de son approche. Une véritable expérience client est assurée.

Didier Martin et Daniel Bouyerden, les deux dirigeants actuels, continuent de perpétuer cette volonté. Ils ont l'appui du groupe Firopa, pôles d'entreprises spécialisés dans les arts graphiques dont fait partie Frazier Paris. De l'impression numérique à l'impression offset, du traitement de l'image aux embellissements les plus variés, la Maison regroupe un ensemble de regards d'experts à tous les niveaux, choisis pour leur rigueur et leur capacité d'écoute et de conseils qui leurs a permis d'obtenir des certifications et d'être labellisé Imprim'Lux.

Il faut pousser les portes de Frazier Paris afin de vivre l'expérience d'une communication imprimée novatrice, respectueuse de l'environnement (certifiée FSC et PEFC). Authentique, tout simplement.

PARIS PRINTING

The historical Paris printing house Frazier is keeping quality know-how alive regarding papers, ink and printing techniques. The art of longevity...perpetuating excellence over time...these promises are the ones making Frazier Paris what it has been for over 120 years.

Created in 1896 in the heart of Paris, the printing house is still located at its original address, rue de Chabrol in the 10th arrondissement. institutions and communication agencies and making Frazier Paris a key player in the top range printing industry.

Like a clockmaker, Frazier Paris handles big machines that stand the test of time. High tech tools in the antechamber of crafts in the French capital.

As the last great Paris printing house to offer large size machines, Frazier Paris has transcended the ages with a pool of skills composed of graphic arts professionals and almost unique high-tech equipment, allowing them to anticipate clients' requests and meet the most specific needs.

By recently acquiring a UV LED offset press, the first one in Europe and the only one in Paris, they can print on polish-free material papers without altering their surfaces.

Mindful of the growing need for immediacy and the ever-shrinking deadlines, Paris Frazier is training 21st century artisans, both technicians and customer advisors: people

who love their art as much and want those who benefit it to be fully satisfied.

Their key word is excellence, made possible through a team whose members were selected for their know-how as much as for their sharp eye and sensitive approach.

They provide a true customer experience, from before the order to after-sales services.

Didier Martin and Daniel Bouyerden, the current directors, keep this will alive. They are supported by Firopa Group, a consortium specializing in graphic arts of which Frazier Paris is part.

From digital to offset printing, from image processing to finishes... the house provides the work of expert eyes on every level – experts selected for their thoroughness and ability to listen and advise.

You must push open the doors to Frazier Paris to live an innovative printed communication experience that is also environment-friendly, connected to new technology and simply authentic.



DIDIER MARTIN
& DANIEL BOUYERDEN

EDDY VALLADON & PIERRE ANDREATTI

L'ŒIL ÉCOUTE

THE EYE IS LISTENING

LA DIFFÉRENCE FAIT LA RICHESSE DES PROPOS

DIFFERENCE MAKES THE RICHNESS OF THE TALKS

L'œil c'est avant tout un laboratoire des sens. Eddy Valladon et Pierre Andreatti regardent, sentent, écoutent et touchent. Ils dépassent la logique de marché, car ce n'est pas l'essentiel... Il faut interroger l'avenir et les sensibilités de manière éthique pour créer des visions stratégiques. L'œil c'est la vision. Et puis c'est surtout l'écoute. Les créateurs y tiennent, ils jouent de leurs quatre mains pour se mettre au service de leurs clients choisis, et leur apporter un nouveau langage. Entendre celui qui cherche pour lui apporter les réponses appropriées à sa projection dans le futur. L'œil est acteur de ce que sera demain et intervient par le design.

Le Studio observe, étudie et répond aux enjeux de développement des nouveaux produits et services recherchés par les industries du luxe, de la technologie ainsi que les institutions d'aujourd'hui. Tous les types d'entreprises veulent de la justesse... de la TPE au groupe international. L'œil veut faire des étincelles – rien ne sort du studio sans un retour sur l'expérience et sa qualité.

Car la haute technologie et le luxe ne sont pas contradictoires, mais plutôt similaires sur de nombreux points, L'œil intervient de l'infiniment petit (nano-matériaux, horlogerie), au très grand (spatial). Cette ligne d'expérience s'est formée au fil des années pour les deux compères, qui ont chacun fait leurs armes à des postes à responsabilité aux univers distants pour des grandes marques internationales.

L'œil est un studio de designers, un laboratoire de pensée et de création, qui intervient tant sur le design produit, que d'espace, ou bien le design prospectif.

Eddy Valladon et Pierre Andreatti sont en phase avec les grands changements de notre époque, ils décortiquent, expérimentent et questionnent les problématiques pour les résoudre. Analyser le comportement humain permet de l'appliquer à l'élaboration de la matière. Il faut rationaliser l'engagement subjectif afin de donner naissance à la richesse de l'écosystème final.

Faire un beau projet c'est facile, faire un projet intéressant c'est plus difficile. Avec un peu d'impertinence en touche finale, la recette fonctionne, on s'attache. Des corsaires à longue vue on vous dit. Toujours un temps d'avance.

Le Finest ? L'œil. L'œil écoute, il s'engage.

L'oeil is a laboratory of the senses. Eddy Valladon and Pierre Andreatti look, feel, listen and touch. They think beyond market logic because that is not what matters most... We need to interrogate the future and the sensitivities in an ethical way to create strategic visions.

L'oeil is vision. And it is attentiveness. The founders stress that point, they use all four of their hands to serve their selected customers and bring them a new language. Hearing the one who is looking for something to bring them the right answers to their projection into the future. L'oeil is actor of what tomorrow will be and intervenes through design.

The Studio observes, studies and answers the challenges of development of the new products and services sought after by today's luxury and technology industries as well as the institutions. All types of companies want accuracy...the smallest ones and the international groups alike. L'oeil wants to sparkle – nothing comes out of the studio without an experience and quality feedback.

Because high technology and luxury are not contradictory, but quite similar on several points, L'oeil intervenes from the infinitesimally small (nano-materials, clockwork) to the infinitely large (space). This line of experience was shaped along the years for the two friends who both gained experience in high responsibility positions in distant universes for great international brands.

L'oeil is a designers' studio, a laboratory of thoughts and creation that works on designs for products, spaces or prospective design.

Eddy Valladon and Pierre Andreatti are in tune with the great changes of our time, they dissect, experiment and question issues to try to solve them. Analysing human behaviour allows them to apply it to material elaboration. Subjective commitment must be rationalised to generate the richness of the final ecosystem.

Carrying a nice project is easy, carrying an interesting project is more difficult. With a little impertinence in the end, it all works out, you grow attached. Pirates with telescopes, we tell you. Always one step ahead.

The Finest? L'oeil. L'oeil listens and commits.

l'œil



LES LAURIERS DE LA RADIO ET DE LA TÉLÉVISION

VITRINE DE L'AUDIOVISUEL FRANÇAIS



Guillaume Durand, Laurier d'Or 2018 pour l'ensemble de sa carrière

Depuis 23 ans, la cérémonie des Lauriers de la radio et de la télévision salue les talents, fait découvrir des programmes audiovisuels français ou en langue française et récompense des hommes et des femmes qui n'ont rien concédé à la confusion des genres, à la recherche du sensationnel ou à la facilité de l'audience.

Les programmes sélectionnés couvrent l'ensemble de la production audiovisuelle (informations, magazine, webmagazine, documentaire, fiction, séries, programmes culturels, jeunesse, divertissement, musique...), sans oublier le meilleur de la radio. Sont éligibles les œuvres audiovisuelles diffusées sur le territoire national dans l'année civile, quel que soit leur format et leur mode de transmission.

Les critères d'attribution prennent en compte l'originalité et le traitement des sujets, la dimension créative, la qualité de l'écriture et de l'expression, l'enrichissement culturel, l'acquisition du savoir et la contribution à l'esprit civique. Les Lauriers d'or Radio et Télévision récompensent des professionnels pour l'ensemble de leur carrière.

A l'instar des Césars, des Molières ou des Victoires de la musique, les Lauriers de la Radio et de la Télévision sont attribués par un jury de professionnels reconnus et de personnalités qui contribuent au rayonnement de la production audiovisuelle française.

Organisateur de la cérémonie, le Club Audiovisuel de Paris, association loi 1901, s'est fixé pour mission de fédérer l'ensemble des acteurs du secteur de l'audiovisuel et du numérique, les décideurs politiques et institutionnels autour de mêmes objectifs: la promotion des programmes français, une recherche constante de la qualité, la création de nouveaux paradigmes. A cet effet, durant l'année, des dîners-débats organisés par le club dans les salons du Palais du Luxembourg, ont pour vocation de favoriser la communication entre les différents acteurs, apporter des éclairages, alimenter la réflexion, éliminer les incompréhensions et nuancer les conclusions.

Parmi les derniers invités à être venus partager leur vision et débattre sur des enjeux essentiels pour l'avenir des médias: Serge Adda, Christopher Baldelli, Georges Marc Benamou, André Bercoff, Julie Bertuccelli, Yves Bigot, Yannick Bollore, René Bonnell, Michel Boyon, Véronique Cayla, Jean-Marie Cavada, Jérôme Clement, Nicolas Coppermann, Michèle Cotta, Xavier Couture, Carlo D'asario Biondeau, Patrick de Carolis, Fabrice de La Patelliere, Nicolas De Tavernost, Didier Decoin, Delphine Ernotte Cunci, Claude Esclatine, Michel Fansten, Laurence Franceschini, Mathieu Gallet, Eric Garandeau, Emmanuel Hoog, Pascal Josephe, Christian Kert, David Kessler, Philippe Labro, Fabrice Larue, Frédéric Lefebvre, Laurent-Éric Le Lay, Pierre Lescure, Arnaud Lucaussy, Richard Michel, Catherine Morin-Desailly, Denis Olivennes, Marc Pallain, Nonce Paolini, Jean-Paul Philippot, Claude Posternak, Marie-Christine Saragosse, Olivier Schrameck, Antoine Schwarz, Nicolas Seydoux, Laurent Solly, Nicolas Traube, Jean-Noël Tronc, Laurent Vallet, Gérald Brice Viret, Alain Weil.

A SHOWCASE FOR THE FRENCH AUDIO-VISUAL SCENE

For 23 years, the radio and television Lauriers awards ceremony has been paying tribute to talents, promoting French or French-speaking audio-visual programs and rewarding men and women who conceded nothing to confusion, sensationalism or easy audience rates.

The selected programmes cover the entire audio-visual scene (news, magazine, web magazine, documentaries, fiction, series, cultural programmes, youth programmes, entertainment, music...) and also the best of radio programmes. All audio-visual programmes broadcasted on national territory within the civil year, regardless of their format or broadcasting medium, are eligible.

The award criteria include originality and coverage, creativity, quality of writing and expression, cultural enrichment, knowledge acquisition and contribution to civic spirit. The Radio and Television golden Lauriers reward professionals for their entire careers.

In the manner of the Césars, Molières or Victoires de la Musique, the Radio and Télévision Lauriers are awarded by a jury of acknowledged professionals and personalities who contribute to the influence of the French audio-visual scene.

The organizer of the ceremony, the Club Audiovisuel de Paris, association under 1901 law, has a stated mission to bring together all audio-visual and digital stakeholders as well as political and institutional decision-makers around the same goals: promoting French programmes, a constant quest for quality, creating new paradigms. In this view, dinner-debates are organized by the club throughout the year in the Luxembourg Palace with the aim of encouraging communication between the various stakeholders, shed light on specific matters, further reflection, clear misunderstandings and moderate conclusions.

Among the latest people invited to share their vision and discuss essential challenges about the future of the media: Serge Adda, Christopher Baldelli, Georges Marc Benamou, André Bercoff, Julie Bertuccelli, Yves Bigot, Yannick Bollore, René Bonnell, Michel Boyon, Véronique Cayla, Jean-Marie Cavada, Jérôme Clement, Nicolas Coppermann, Michèle Cotta, Xavier Couture, Carlo D'asario Biondeau, Patrick de Carolis, Fabrice de La Patelliere, Nicolas De Tavernost, Didier Decoin, Delphine Ernotte Cunci, Claude Esclatine, Michel Fansten, Laurence Franceschini, Mathieu Gallet, Eric Garandeau, Emmanuel Hoog, Pascal Josephe, Christian Kert, David Kessler, Philippe Labro, Fabrice Larue, Frédéric Lefebvre, Laurent-Éric Le Lay, Pierre Lescure, Arnaud Lucaussy, Richard Michel, Catherine Morin-Desailly, Denis Olivennes, Marc Pallain, Nonce Paolini, Jean-Paul Philippot, Claude Posternak, Marie-Christine Saragosse, Olivier Schrameck, Antoine Schwarz, Nicolas Seydoux, Laurent Solly, Nicolas Traube, Jean-Noël Tronc, Laurent Vallet, Gérald Brice Viret, Alain Weil.







Ouïe
TO HEAR

usages
USAGE

« Chaque usage a sa raison. »

—
“Every use has its reason.”

MONTAIGNE



AVIATION SELECT



© Judith Beller

KAROL GUEREMY
Directrice Générale

Présentez nous Luxaviation en quelques mots.

Aujourd'hui présent sur les 5 continents au travers de ses 1500 employés, Luxaviation est leader de l'aviation d'affaires en Europe et deuxième opérateur mondial. Luxaviation France est le résultat de la fusion d'Unijet et de Masterjet, les deux plus grands opérateurs historiques français, symboles du savoir-faire et du dynamisme de l'aviation d'affaires hexagonale à travers le monde.

Vous dirigez Luxaviation depuis de nombreuses années ; que signifie pour vous être une femme-dirigeante dans l'univers assez masculin de l'aviation d'affaires ? Avez-vous dû vous imposer ?

Comme tout poste à haute responsabilité il a fallu s'imposer, d'autant plus en tant que femme ! On vous attend doublement au tournant... Malgré une expérience longue dans ce domaine, je suis constamment challengée, il ne faut jamais baisser la garde.

Quel type de management pratiquez-vous ?

Mon management doit être ferme, le moindre détail a son importance et une erreur peut être fatale. Cela ne m'empêche pas d'avoir ma porte de bureau toujours ouverte, nous travaillons quotidiennement en équipe, je m'efforce autant que possible d'être à l'écoute de l'ensemble de mes collaborateurs.

Luxaviation est devenu un acteur incontournable de l'aviation d'affaires. Quels sont vos objectifs dans les dix prochaines années ? Où voyez-vous la compagnie dans dix ans ?

Le groupe Luxaviation n'a cessé de croître de manière impressionnante ces dernières années. Nous avons fait l'acquisition de plus de 25 entités dans le monde entier. Cela nous positionne aujourd'hui à la seconde place mondiale avec plus de 250 avions. L'objectif est de doubler notre flotte au cours des prochaines années et devenir leader mondial de l'aviation d'affaires.

Parlez-nous de votre ouverture à l'international. Quels sont les territoires où vous êtes le mieux implantés ?

Même si nous desservons des centaines de destinations à travers le monde, Luxaviation France se tourne majoritairement vers l'Afrique. Nos clients français développent de plus en plus leurs activités sur ce continent. Nous les accompagnons quotidiennement dans ce développement, cela nous permet également de nous implanter en tant qu'opérateur de référence.

Nous bénéficions du manque important de lignes régulières internes. La facilité de déplacement en avion privé que nous proposons permet à nos clients de relier plusieurs villes ou pays en un temps record.

Vous avez pour clients des exécutives de l'élite française. Comment faites-vous pour les approcher et surtout les fidéliser ?

Nous avons le privilège de compter parmi nos clients de prestigieuses entreprises françaises et cela depuis un certain nombre d'années.

Leurs exigences tant en matière de service que de sécurité sont notre quotidien. Impossible pour nous d'être dans l'à peu près.

Écoute, réactivité, implication H24 sont les clefs du maintien de ces exigences, nous ne pouvons pas décevoir nos clients.

Il s'agit d'un travail de fond, cela peut prendre un certain temps avant de pouvoir décrocher notre premier vol. Je ne vous parle pas du temps passé pour l'acquisition d'un avion... Il faut savoir se démarquer de nos concurrents et maintenir sans relâche nos qualités d'opérateur mondial.

Quelle est votre destination d'affaires préférée ?

La ville que j'affectionne le plus est Londres, très hétéroclite. Le centre de Londres est à 55 minutes du Bourget. Destination centrale pour les affaires, je m'y rends également dès que mon planning me le permet afin de profiter des côtés charmants de cette ville.



Could you tell a little bit about Luxaviation?

Luxaviation, operating in 5 continents with its 1,500 employees, is today's leading business aviation group in Europe and second largest worldwide.

Luxaviation France is the result of the merger of Unijet and Masterjet, the two greatest French aviation operators, symbols of French know-how and dynamic aviation business worldwide.

You have been at the head of Luxaviation for many years now. What does being a women CEO in the rather all-male field of business aviation mean to you? Did you have to impose yourself?

As anyone would for any high-profile position, I have had to impose myself – and even more so because I am a woman!

People are waiting to catch you out... Despite a long experience in the field, I am constantly challenged, I can never drop my guard.

What type of management do you practice?

My management must be firm. Every detail has its importance and any mistake can be fatal. But my office door is always open, and we work as a team. I try to remain attentive to what my collaborators have to say.

Luxaviation has become a major player in the business aviation field. What are your goals for the next ten years? Where do you see the company ten years from now?

Luxaviation Group has never stopped growing, quite impressively, these past few years. We have bought over 25 entities in the world. This places us on the second position worldwide with 250 planes.

The goal is to double our fleet over the next years and become the worldwide leader in business aviation.

Could you tell us about your international role. Where are you best set up?

We reach hundreds of destinations worldwide, but Luxaviation France is mainly working with Africa. Our French clients are developing strong business relations with this continent. We assist them daily in this development, which also allows us to set up as a reference operator as well.

We benefit from the cruel lack of regular internal flights. We offer our clients easy ways to travel in private aircrafts to serve several cities or countries in record time.

Your clients are some of the top French elite executives. How do you approach and retain them?

We are lucky that some of our clients work for the most prestigious French companies, and it has been the case for a certain number of years.

Their demanding nature in terms of service and security are our daily lives' concern. We cannot give them approximation.

Attention, reactivity, 24/7 commitment are the keys to keeping up with their demanding nature. We cannot disappoint our clients.

It is hard work and it can take a while before we land our first flight with a client. And I am not even talking about the time we spend buying planes... We need to stand out from among our competitors and keep up with our worldwide operator qualities.

What is your favourite business destination?

The one I appreciate most is London, very heterogeneous. Centre London is 55 minutes away from the Bourget airport. It is a central business destination. I also travel there as often as I can to enjoy the charms of the city.



CHRISTOPHE MESTRE

SERVICE HAUTE-COUTURE



PARIS | DRIVERS

A.T.S

Christophe Mestre fut un as du déploiement de la politique de communication du service pièce de rechanges d'une grande marque française pendant des années. L'envie de l'entrepreneuriat ne quittant pas son esprit, il prend la décision de lancer son concept en 2009. Au sein du monde de l'automobile où il gravit déjà, il découvre le métier de chauffeur de maître, et, séduit par son attractivité il se lance.

Le trait requis pour la réussite ? Créer l'exception, la première classe du transport de personne.

Etre aux petits soins pour ses clients, proposer une activité multiple tendant au bien-être des utilisateurs est la volonté de Christophe, adepte du service client d'excellence.

Ce métier rythmé par le contact humain, tendant plus à l'accompagnement qu'au transport de personnes passionne le dirigeant.

Les chauffeurs bilingues (au minimum) triés sur le volet font partie d'un groupement spécialiste du transport de personnalités. Ils sont sélectionnés pour leurs qualités de contact humain, leur discrétion et leur ponctualité, mais aussi leur savoir-faire de conducteur, tant sur des déplacements privés que professionnels.

Cette escorte particularisée, constituée de véhicules haut de gamme, confortables et sécurisés, est démultipliable au besoin, lors de grands événements de prestige et sur tous secteurs, du privé pour un mariage aux professionnels, avec le transport des mannequins pour les défilés de mode, des invités d'un dîner ou les membres du comité exécutif d'une entreprise lors d'un lancement de produit...

Le sur mesure ? Le leitmotiv de chez PARIS DRIVERS, rejoignant l'idée conductrice des partenaires FINEST.



HAUTE COUTURE SERVICE

Christophe Mestre was a champion at developing communication policies within the spare parts service for a major French brand for a number of years. But he had always wanted to become an entrepreneur and decided to launch his concept in 2009. In the automotive world in which he was already working, he became interested in chauffeurs and decided to get into the business.

The main characteristic to succeed? Creating an exceptional, first class passenger transport service.

Attending his clients' every need and offering multiple activities for users' well-being is what Christophe is looking to achieve, as a supporter of excellent customer service.

This job is about human contact, and more about accompanying than about just transporting people. That is what he finds fascinating as an executive who like caring for his customers and making them happy for the short time they spend in the car.

Chauffeurs are bilingual (at least) and part of a group specializing in transportation services for VIPs. They are carefully selected for their human contact qualities, discretion, punctuality and driving expertise, for private as well as professional rides.

This customized escort composed of top range, comfortable and secure vehicles can be augmented at will for great prestigious events of every sector, from private weddings to professional fashion shows, dinner parties, or product launch events....

Tailor-made is PARIS DRIVERS' leitmotiv, in line with its FINEST partners' main objective.

MAÎTRES EN IMAGE

Depuis de nombreuses années Discnewmeric est reconnue pour son expertise en photogravure, pour la calibration de la chaîne graphique et la gestion des plans média.

En effet, nous jouissons d'une longue expérience en colorimétrie, traitement d'images (créative & chromatique) que ce soit pour une utilisation en Print ou en Digital.

Les prestations qu'offre Discnewmeric, apportent à nos clients majoritairement orientés luxe une sérénité de résultat, accompagnée d'une souplesse pour leur organisation interne, un atout important.

La qualité de nos prestations correspond point par point à l'exigence du marché du luxe.

Notre savoir faire s'étend de la retouche haute gamme à l'acquisition de visuels nécessitant une reproduction stricte et fidèle.

Discnewmeric est capable de travailler la colorimétrie et la retouche en photogravure selon le papier d'impression, ce qui nécessite des opérateurs ayant de longues années d'expériences.

L'intérêt principal, c'est l'optimisation du rendu final (exactitude des couleurs, conservation des nuances, et des détails du document..).

En effet, toute notre chaîne graphique est totalement calibrée sur la technologie des profils ICC, de l'écran à l'imprimante. Le client peut contrôler en temps réel le rendu et la qualité finale du travail sur l'épreuve numérique certifiée, grâce à la simulation des caractéristiques techniques du mode d'impression et de la teinte papier qui sont utilisées par son imprimeur. Nous sommes capables de reproduire un grand nombre de tons directs Pantone sur notre système d'épreuves numériques certifiées.

Pour nos clients, c'est un gain de temps important, un résultat de qualité, des frais de correction réduits, pas de surprise ou de déception quant au résultat imprimé.

DISCNEWMERIC

33 rue de Chabrol - Paris 75010 | discnewmeric.fr



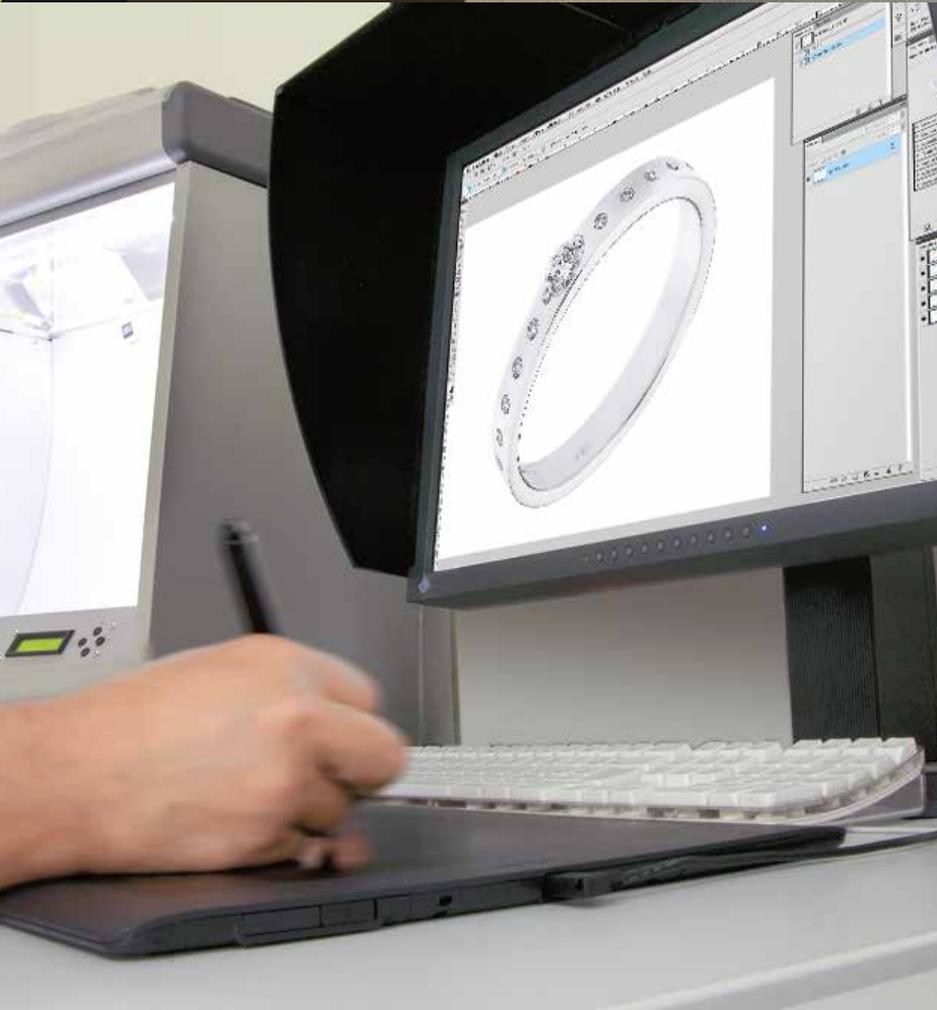


IMAGE MASTERS

For many years now, Discnewmeric has been acknowledged for its expertise in photogravure, graphic chain calibration and media planning. We do benefit from lengthy experience in colorimetry, image processing (creative & chromatic), in both print and digital mediums.

Discnewmeric's services bring our clients – most of them in the luxury industry – satisfying results as well as great flexibility with respect to their internal organisation, which is a crucial asset.

The quality of our services matches the luxury market's requirements. Our know-how spreads from high-level retouches to picture purchase requiring strict and faithful reproduction.

Discnewmeric can work on colorimetry and retouch in photogravure depending on the printing paper, which requires experienced operators.

The main purpose is to optimize final rendering (colours' accuracy, preservation of the shades and details...).

That is why our graphic chain is completely calibrated on ICC profiles technology, from screen to printing. Clients can control in real time the rendering and final quality of the work on certified digital prints through a simulation of printing method's technical characteristics and paper's shades used by the printer. We can reproduce a great number of Pantone spots with our certified digital testing systems.

This saves our clients precious time and provides them with quality result with reduced adjustment fees, no surprises or deception with the printed result.

dis.c
newmeri.c

FILMS CONNECTÉS

Air2D3, l'agence connectée pour vos reportages photo et vidéo, par drone & au sol...

Votre métier ou votre passion seront sublimes par nos vidéos dynamiques. Vos visites virtuelles et vidéos à 360° vous permettront de communiquer différemment. Nous proposons également des solutions de timelapse (boxcam.fr) qui vous permettront de revivre un événement en accéléré. Avec Air2D3, nous réalisons aussi vos sites web, nous vous offrons des solutions de tournage UHD4K, et avons à disposition une station de montage et un studio d'enregistrement. Notre équipe d'experts prend en charge les projets du briefing à la livraison.

CONNECTED MOVIES

Air2D3 is the connected agency for your drone & ground photo & video reports... Your job or passion will be enhanced by our dynamic videos. Your virtual tours and 360° videos will provide a new way to communicate. We also offer timelapse solutions (boxcam.fr) to relive any event in fast forward mode.

At Air2D3, we also develop websites, provide UHD4K shootings as well as an editing station and recording studio. Our team of experts is in charge of your projects from briefing to delivery.

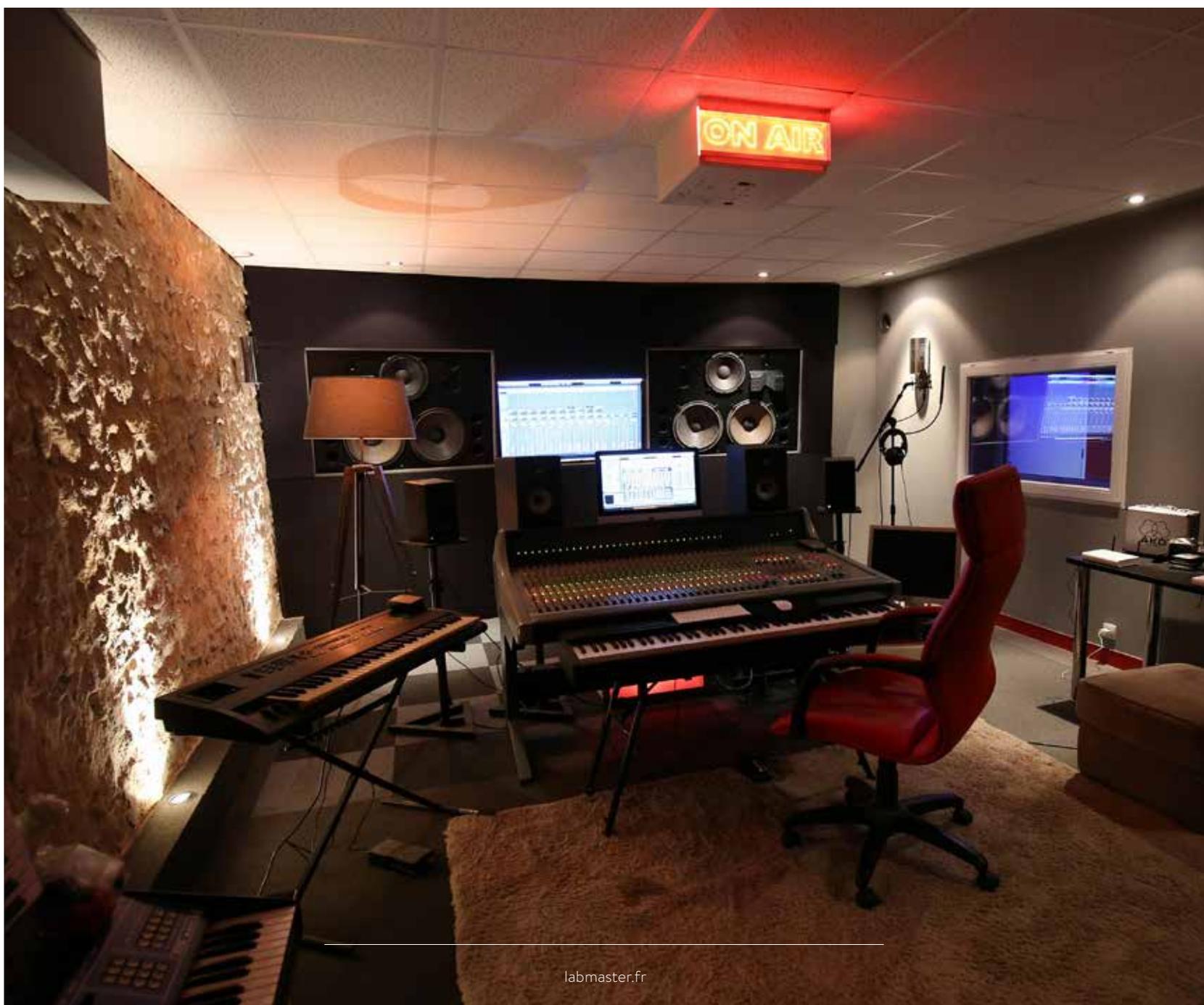
LAB MASTER

MAITRES DU SON

MASTERS OF SOUND

SOUND DESIGN, MUSIQUE DE FILM,
ENREGISTREMENT, MIXAGE & MASTERING

SOUND DESIGN, MOVIE MUSIC, RECORDING, MIXING & MASTERING





ACCUEIL PARFAIT

PERFECT HOME

Event Prestige Group est une agence événementielle spécialisée dans la mise à disposition de personnel d'accueil, hôtes, hôtesse, mannequins, voituriers, bartenders... L'agence est tournée essentiellement vers des prestations premium et luxes : nous comptons parmi nos clients de grandes marques du monde de la mode, de l'automobile, de l'aviation privée... Nous sommes présents sur des événements parisiens d'envergure : loges VIPs de club de football, tournoi international de tennis...

Nous privilégions le qualitatif au quantitatif. En ce sens, nous assurons une gestion humaine plus respectueuse avec nos équipes et apportons ainsi des solutions plus personnalisées à nos clients et partenaires. Aujourd'hui, nous étendons nos champs de compétences en intervenant aussi bien sur des prestations d'accueil en événementiel ou en entreprise et de service personnalisé (chauffeurs, voituriers), que sur de la production événementielle avec des réalisations de décors. Nous complétons notre offre avec le Prestige Bar, concept de services de bar à cocktail destinées aux particuliers et événements professionnels. Notre équipe de mixologues transporte chaque convive pour un voyage des sens inédit. Notre leitmotiv ? Avoir le souci du détail ».

Event Prestige Group is an event agency specializing in supply services of personnel, hosts and hostesses, models, valets, bartenders...

The agency focuses on premium and luxury events: some of our clients are great brands from the fashion, automobile and business aviation industries...

We work on important Paris events: football clubs' VIP stands, international tennis tournaments...

We choose quality over quantity. That is why we provide humane management for our teams and bring our clients and partners personalised solutions.

Today, we are spreading our fields of expertise by working on reception services for events or companies and personalised services (chauffeurs, valets), as well as on event production with the conception of settings. We are completing our offer with the Prestige Bar, a cocktail bar service concept dedicated to individual and professional events. Our team of mixologists is taking every guest on a unique journey of the senses. Our motto? Caring about details."

SOPHIE SENTAIN & JULIEN HUET,
co-fondateurs et dirigeants | *co-founders and managers*

EVENT PRESTIGE GROUP

+33 9 83 58 49 76 | contact@eventprestigegroup.com | eventprestigegroup.com

A vertical photograph of the Eiffel Tower in Paris, France, silhouetted against a vibrant sunset sky. The sun is a bright yellow-orange orb on the horizon, casting a warm glow over the scene. The tower's intricate lattice structure is clearly visible against the sky. The overall mood is romantic and nostalgic.

“PARIS EST
TOUT PETIT
POUR CEUX
QUI S’AIMENT
COMME NOUS
D’UN AUSSI
GRAND AMOUR”

*Paris is much too small for those who love each other
as we do of such a great love*

ARLETTY, DANS *LES ENFANTS DU PARADIS*, PAR JACQUES PREVERT

BEL‘RP





SENS N°5

Gôût

TO SAVOUR

6





Goût
TO SAVOUR

le palais

PALATE

« Pour elles, à sa porte élevant ce palais,
il leur y fit trouver l'abondance et la paix. »

*“To them, raising a palace at his door,
he provided profusion and peace.”*

JEAN RACINE







CAVIAR À LA SOURCE

SOURCING CAVIAR

LA MAISON NORDIQUE EST AVANT TOUT
UNE AFFAIRE DE FAMILLE.

La Maison Nordique is above all a family affair.

Créée en 1997, La Maison Nordique est avant tout une affaire de famille. Persévérance, passion pour le goût et l'excellence sont sans doute les points communs qui unissent les membres de la famille Eslamdoust qui œuvrent chaque jour pour proposer à une clientèle de gourmets internationaux le meilleur des produits de la mer.

Depuis plus de 15 ans, le savoir-faire de La Maison Nordique repose sur des valeurs fortement ancrées dans l'identité de la Maison: excellence, proximité, professionnalisme et rigueur.

Très attachée à la satisfaction de sa clientèle, elle met son expertise et son savoir-faire au service de la qualité et du respect des produits afin de toujours proposer ce qu'il y a de mieux sur le marché. Cette démarche de qualité se concrétise notamment par la production du «Caviar Impérial de Sologne», caviar d'élevage produit en Sologne et signature de la Maison.

Grâce à cet élevage exclusif, La Maison Nordique maîtrise toute la chaîne de production de son caviar, de la qualité des aliments des esturgeons, à la pêche jusqu'au conditionnement de ces précieux grains noirs pour un résultat d'une qualité incomparable. Installée dans une petite commune du Loir-et-Cher, La Maison Nordique a délibérément privilégié la France et peut ainsi s'enorgueillir de proposer un caviar 100% français.

C'est donc tout naturellement que les plus grands Chefs comme Eric Frechon, Guy Savoy, Michel Roth, ou encore Nobu Matsuhisa, utilisent les produits d'exception de la Maison Nordique. Gage d'excellence et de qualité irréprochable, les produits de La Maison Nordique reflètent l'engagement de la Maison de toujours proposer le meilleur de chaque produit.

La Maison Nordique, founded in 1987, is a family business. Perseverance, a passion for taste and excellence are the common features that bring the Eslamdoust family members together. Every day, they work to propose the best sea food products to a clientele of international food lovers.

For over 15 years, La Maison Nordique has been working with well-rooted values: excellence, proximity, professionalism and rigor.

Customer satisfaction is of the utmost importance and La Maison Nordique puts its expertise and know-how at the service of quality and respect for the products, in order to propose, at all times, the best products available on the market. This approach to quality is particularly clear in the production of "Caviar Impérial de France", caviar from breeding farms in Sologne and the company's signature product.

Thanks to this exclusive breeding farm, La Maison Nordique controls the entire chain of production of its caviar: the quality of food fed to the sturgeons, fishing, through to packing of these precious black grains, resulting in unrivalled quality. Settled in a small Loire-et-Cher commune, La Maison Nordique has deliberately chosen France and prides itself in selling 100% French caviar.

Naturally, the greatest chefs including Eric Frechon, Guy Savoy, Michel Roth and Nobu Matsuhisa use Maison Nordique's exceptional products. Pledge of excellence and irreproachable quality, the Maison Nordique products illustrate the house's commitment to always offer the best products.



MADAME WINE

LA HAUTE COUTURE DU VIN HAUTE COUTURE OF WINE

SOPHIA ZAÏME

Madame Wine c'est avant tout l'incarnation de la vision de Sophia Zaïme, la fondatrice et présidente de l'entreprise. Véritable passionnée, le vin représente pour Sophia un art de vivre symbole de savoir-faire et d'innovation. Désireuse d'apporter une valeur ajoutée à l'univers du vin, dans lequel elle évolue depuis maintenant une décennie, Sophia Zaïme décide en 2014 de créer Madame Wine.

CONCEPT

Née d'un vif intérêt pour l'univers du vin, qui convoque l'ensemble des sens à mesure que l'on s'y plonge, la passion de Madame Wine pour l'œnologie l'a conduite à imaginer un concept profondément nouveau qui allie singularité, exclusivité et savoir-faire. Madame Wine a imaginé pour vous un accompagnement complet et personnalisé qui se traduit par un ensemble de prestations. Avec bienveillance et professionnalisme, Madame Wine s'assure de vous offrir une expérience complète, à la hauteur de vos exigences. Avec Madame Wine, le possible est fait, l'impossible est en cours et pour les miracles... nous vous demandons 24h !

LES SERVICES

Du sur-mesure | Que ce soit pour débiter la constitution d'une cave ou pour agrandir votre collection déjà belle, Madame Wine sera votre meilleur allié pour acquérir mais aussi conserver vos bouteilles. Grâce à une écoute attentive et une volonté de vous accompagner, Madame Wine pourra ainsi vous proposer une sélection de vins et spiritueux à votre image et au juste prix.

La Conciergerie | Qu'il est agréable de pouvoir s'appuyer sur la disponibilité et l'expertise d'un professionnel quand il s'agit de nos désirs les plus fous... que ce soit pour dénicher un vieux millésime, un champagne rarissime ou encore pour répondre à une demande urgente, Madame Wine Conciergerie est là pour vous. Grâce à son équipe de concierges expérimentés, Madame Wine vous apportera une satisfaction totale.

Le Wine Butler | Et si vous emmeniez votre sommelier en vacances ? Madame Wine Butler devient votre sommelier privé et se charge de tout pour un confort optimal. Sélection des vins, logistique, vie de votre cave, dégustations et repas... détendez-vous, votre Wine Butler s'occupera de vous et de vos convives avec savoir-faire et bienveillance. Il n'y a plus qu'à profiter...



La conciergerie



Le sur-mesure

SOPHIA ZAÏME

Madame Wine represents the vision of Sophia Zaïme, the company's founder and director. Sophia considers wine as an art of living which is a symbol of know-how, tradition, and innovation. Wishing to bring added value to the world of wine in which she has been growing for 10 years, Sophia Zaïme created Madame Wine in 2014.

CONCEPT

Born of a keen interest in the world of wine, which brings all the senses together as we plunge into it, Madame Wine's passion for oenology has inspired a profound new concept that combines singularity, exclusivity, and know-how.

Because wine is a veritable way of life, Madame Wine has created a complete personalized support structure in the form of a series of services. With kindness and professionalism, Madame Wine makes sure you will have a complete experience that meets your every need. With Madame Wine, we've done the possible, we're working on the impossible, and as for the miracles... just give us 24 hours!

SERVICES

Custom-made | Whether it be to start your first cellar or to expand your beautiful collection, Madame Wine will be your best partner for acquiring as well as keeping your bottles. Listening to you and joining you on your journey, Madame Wine will offer you a selection of wines and spirits that are just like you and at the right price.

La Conciergerie | How pleasant it is to be able to rely on the availability and expertise of a professional when it comes to our wildest desires... Whether it be to find an old vintage or an extremely rare champagne, or to meet an urgent request, the Madame Wine Conciergerie Service is there for you. Thanks to its team of experienced concierges, Madame Wine will bring you total satisfaction.

Le Wine Butler | Why don't you take your sommelier on vacation? Madame Wine's Butler becomes your private sommelier and takes care of everything for your optimal comfort. Wine selection, logistics, the cellar, tastings and meals... Relax, your Wine Butler will take care of you and your guests with know-how and kindness. All you have to do is enjoy...

Le wine butler



— Champagne —
FREREJEAN FRÈRES
PREMIER CRU

TRESOR DE NECTAR



Féru d'œnologie, Guillaume, Rodolphe et Richard Frerejean Taittinger ont fondé en 2005 leur propre maison de champagne premier cru et grand cru de manière autonome et indépendante, signature unique d'un terroir exceptionnel. Leurs valeurs puristes les ont amenés à concevoir un nectar précieux, audacieux, d'une grande richesse. La maison propose uniquement des premiers et grands crus de qua-

Oenology connoisseurs Guillaume, Rodolphe and Richard Frerejean Taittinger autonomously founded in 2005 their own independent premier cru and grand cru Champagne house, a unique signature for exceptional terroir. Their purist values have led them to conceive a precious, bold and extremely rich nectar. The house only offers high quality premiers and grand crus, skilful combinations of the best

“NOTRE VOLONTÉ EST DE BÂTIR
DES CHAMPAGNES À LA MANIÈRE
DES GRANDS VINS, D'ATTEINDRE
L'EXCELLENCE, LA PERFECTION
ET DE FAIRE DE CETTE QUÊTE
UNE « GRIFFE » À PART ENTIÈRE.”

“We want to build Champagnes like great wines,
reaching for excellence, perfection, and make this quest our brand name.”



« NOS CHAMPAGNES SONT CONÇUS DE MANIÈRE TRADITIONNELLE ET ARTISANALE.
 ILS SONT ÉLABORÉS A L'AIDE DES MEILLEURES PARCELLES DE VIGNES.
 CE SONT DES VINS DE CARACTÈRE, À LA FOIS COMPLEXES ET ÉLÉGANTS. »
 “Our champagnes are designed traditionally. They are elaborated from the best vineyard plots.
 They are wines with character, both complex and elegant.”

lité supérieure, savants assemblages des deux meilleurs cépages de l'appellation, élaborés dans les règles de l'art et le soin des traditions. La maison Frerejean Frères est établie à Avize, village champenois classé grand cru. Ses cuvées précieuses sont le fruit d'une sélection de raisins provenant des meilleures vignes. Ces vins répondent gracieusement au désir de ces frères de transmettre l'excellence du terroir champenois. Chaque parcelle de vigne est pour eux un trésor unique.

Le savoir-faire rigoureux de la maison révèle un talent certain pour la pertinence des assemblages et le grand respect des conservations. Guidée par la recherche d'authenticité et de transparence, la maison travaille uniquement deux cépages les plus nobles de l'appellation, le chardonnay et le pinot noir, provenant de la Côte des Blancs. Ceci confère au vin une parfaite balance entre vivacité et finesse. Autre règle d'or : les champagnes sont dégorgés tardivement, très faiblement dosés en sucre pour ne pas altérer les goûts, et vieillissent en cave entre six et douze ans.

« Frerejean Frères est un champagne de prestige pour les connaisseurs et les amateurs qui souhaitent se distinguer par un vin qui signe avec délicatesse un retour au terroir et au savoir-faire. »

Parmi les bouteilles d'exception, citons la cuvée VV26 élaborée avec les plus anciennes vignes de la maison (entre 50 et 90 ans), la cuvée des Hussards, ou la toute nouvelle cuvée rosé millésimée 2009. Les cuvées Frerejean Frères sont gourmandes, subtiles, soignées et raffinées. Le respect de la tradition et de la qualité, pour d'élégants flacons.

cépages élaborés par le book, with great respect for traditions. The Frerejean Freres house is settled in Avize, a “Grand Cru” classified Champagne region village. Its precious cuvées are the results of a selection of grapes from the best vineyards. These wines graciously meet the brothers' desire to pass on the Champagne territory's excellence. Each vineyard plot is a unique treasure to them.



The house's meticulous know-how reveals true talent in assembling, with respect for preservation techniques. Guided by their quest for authenticity and transparency, the house only works with two of the most noble cépages: chardonnay and pinot noir from Côte des blancs. This gives their wine perfect balance between intensity and delicacy.

Another golden rule: the champagnes are belatedly disgorged, contain small amounts of sugar so as not to alter taste and age in the cellar for six to twelve years.

“Frerejean Freres is a prestigious champagne for connoisseurs and amateurs who want to stand out with wine that delicately expresses a return to terroir and know-how.”

Among the exceptional bottles, we may name the VV26 cuvée, elaborated from the most ancient vineyards of the house (50 to 90 years old), the Hussards cuvée or the brand new 2009 rosé cuvée. The Frerejean Freres cuvées are tasty, subtle, smart and sophisticated. Respect for traditions and quality standards in elegant bottles




maisonblanche
paris

PLACE A LA MAGIE PARISIENNE...

INTRODUCING PARIS MAGIC

Quel est le symbole de Paris ? La Tour Eiffel bien sûr ! C'est, entre autre, elle que l'on admire depuis les terrasses du restaurant Maison Blanche: un spectacle exceptionnel sur l'ouest parisien et la Seine. Ce restaurant atypique est installé au sommet du Théâtre des Champs Elysées au 15 avenue Montaigne et sa structure est simplement posée sur le sommet du bâtiment, classé monument historique.

Depuis sa création il y a 28 ans, le rendez-vous accueille les personnalités, les hommes politiques, les grands patrons et les amateurs de sensations et d'émotions venus s'offrir une grandiose expérience sur les toits de Paris. Les Chefs (étoilés pour la plupart) s'y sont succédés. Aujourd'hui Fabrice Giraud y officie depuis 2015 et ensoleille les assiettes. Au gré des saisons, il fait découvrir aux gourmets des recettes, témoins de ses nombreux voyages.

Chaque samedi, la métamorphose opère au sein de cette vénérable institution qui se transforme en Club Montaigne.

Bruno Franck, l'hôte de cette formidable maison depuis 2002, a transformé le restaurant en un lieu aux multiples facettes pour les événements parisiens, culturels, festifs et gourmands. Diplômé de l'école hôtelière de Lausanne et fort de son expérience internationale, il apporte ainsi sa vision d'expert passionné.

What is the symbol of Paris? The Eiffel Tower, of course! It is one the monuments you may admire from the terrace of the Maison Blanche restaurant: a unique view of the West of Paris and the Seine river. This atypical restaurant is settled at the top of the Théâtre des Champs Elysées, 15 avenue Montaigne, and its structure is simply laying at the top of the building, listed Monument Historique (national heritage site). Since its creation 28 years ago, the establishment has been welcoming leading figures, politicians, important businessmen and thrill and emotion seekers coming to enjoy a spectacular experience on the Paris rooftops. Great Chefs (most of them decorated) have succeeded one another there. Today, Fabrice Giraud has been working there since 2015, serving sunshine on plates. As the seasons go by, he presents recipes illustrating his many travels to gourmet customers.

Each Saturday, this institutional establishment is being transformed into the Club Montaigne.

Bruno Franck, host of this wonderful house since 2002, has turned the restaurant into a multi-faceted venue for Paris cultural, festive and gastronomic events. Ecole Hôtelière de Lausanne (hospitality management school) graduate enriched with international experience, he brings his passionate expert's eye to the table.

MAISON BLANCHE

15, avenue Montaigne - 75008 Paris | +33 1 47 23 55 99 | restaurant@maison-blanche.fr | maison-blanche.fr



MAISON LANDEMAINE

LA MIE DES SAVEURS

FLAVOURED CRUMBS



Fondée par Yoshimi et Rodolphe Landemaine, la Maison Landemaine, implantée à Paris depuis 2007 et à Tokyo depuis 2015, est devenue le fleuron de la boulangerie pâtisserie contemporaine et responsable.

Chaque jour, dans leurs fournils, les artisans de la Maison Landemaine utilisent des méthodes ancestrales pour réaliser des pains artisanaux. La Maison Landemaine s'attache à la haute qualité nutritionnelle des produits, avec la plus petite empreinte environnementale possible. Elle crée des pains sains, fabriqués à partir de farines alternatives variées et des recettes adaptées aux vegans, sans oublier de ravir les sens.

Côté sucré, la tradition se mêle à la modernité, avec les basiques de la pâtisserie française, sublimés et des créations originales comme la pâtisserie au matcha. Un produit signature? La tarte fine, avec une mince couche de pâte feuilletée, napée de morceaux de fruits caramélisés. Avec 17 boutiques dont 14 à Paris, Maison Landemaine se développe au delà de nos frontières : deux boulangeries s'implantent au cœur de Tokyo. Des échanges réguliers entre le personnel français et japonais permettent aux uns et aux autres de découvrir les spécificités propres à chaque territoire. En attendant d'autres projets à l'étranger...

Founded by Yoshimi and Rodolphe Landemaine, Maison Landemaine, based in Paris since 2007 and in Tokyo since 2015, has become the jewel of contemporary and sustainable bakery and pastry.

Every day in their bakeries, Maison Landemaine craftsmen deploy ancestral skills passed down through generations to produce artisanal breads. Maison Landemaine is focused on the highest nutritional benefits of products, with the smallest environmental footprint. It creates healthy breads made of various alternative flours and many recipes suitable for vegans, without forgetting to enjoy the senses.

On the sweet side, tradition mixes modernity, with the sublimated basics of French patisserie and original creations like matcha pastisseries. A signature product ? The « tarte fine » with a thin layer of puff pastry and topped with sliced caramelized fruits.

With 17 shops, whose 14 in Paris, Maison Landemaine is spreading beyond our borders : two bakeries are setting in the heart of Tokyo. Regular exchanges between French and Japanese staff allow each other to discover the specificities of each territory. Waiting for new projects abroad...





Goût
TO SAVOUR

bouche

LIPS

«Une bouche délicate et pure
est une des plus belles recommandations.»

—
*“A pure and delicate mouth is one
of the finest recommendations.”*

GEORGE SAND





LES AVENTURIERS DU GOÛT

TASTE ADVENTURERS

Leur mission ? Introduire du bonheur dans l'assiette et le palais.

Aitana sonne comme un doux souvenir d'Espagne. Montagne la plus haute d'Alicante, elle est la dernière chose que l'on aperçoit quand on quitte la ville, depuis la terre et la mer.

Bon vivant à l'accent chantant, Carlos Gutierrez a baptisé de sa contrée d'origine son aventure entrepreneuriale culinaire qu'il mène depuis plus de dix ans.



Their mission? Introducing happiness in our plates and palates.

Aitana sounds like a sweet Spanish memory. It is the highest mountain in Alicante and the last thing you see when you leave town, from the land and from the sea.

Hearty eater with a singing accent, Carlos Gutierrez has named his culinary business adventure after his native region and has been leading it for over ten years.

Accompagné depuis 2016 du chef cuisinier Romain Philippe, fin connaisseur, Carlos Gutierrez sillonne les routes d'Espagne pour trouver le meilleur producteur: viande, charcuterie, sardine, poulpe...une variété de produits caractérisés par leur exigence et leur qualité. Il fournit ensuite les plus grands chefs de la capitale, allant parfois jusqu'en bord de mer (Deauville, Cannes, Monaco...).

Premier espagnol à entrer au Collège Culinaire de France, Carlos Gutierrez a instauré un dialogue de confiance avec tous ses interlocuteurs: du paysan- producteur aux grands chefs. Il fait découvrir à ces derniers le produit qui sera la signature de la prochaine tendance culinaire.

Etre référencé chez Aitana, c'est montrer une qualité de produit irréprochable.

En 2009, Carlos rapporte dans ses valises le bœuf Wagyu, découvert auprès d'un producteur espagnol avec lequel il continue de travailler aujourd'hui. Ce bœuf a été choyé et les six derniers mois de sa vie, on lui a donné un mélange d'eau et de vin pour contribuer à son bien-être. Depuis, le bœuf Wagyu est devenu incontournable pour les belles tablées parisiennes.

Aitana propose cinq à six variétés de jambons de bœuf, dont du jambon de langue de bœuf et du chorizo de bœuf.

Il est le spécialiste des viandes à maturation de 30 à 120 jours, permettant une déclinaison de saveurs.

Ouvert à un public de connaisseurs avertis, Aitana est aussi un lieu intime et secret, dont les horaires d'ouverture dépendent principalement des livraisons de nos grands chefs.

L'adresse historique, pensée comme une cave à viandes se trouvait à Belleville, quartier cosmopolite et animé. Aitana ouvre aujourd'hui un nouveau chapitre avec le lancement de sa nouvelle adresse, à Montrouge. Un espace où Romain Philippe pourra sublimer les produits mis en vente par des recettes minute et d'astucieuses préparations. Le soir venu, on pourra même privatiser le lieu et s'offrir un dîner sur mesure pour huit grands chanceux maximum...avec toujours le même leitmotiv: surprendre les papilles.

Since 2016, he has been assisted by chef Romain Philippe, a fine connoisseur as well. Together they have been travelling through Spain to find the best producers: meat, charcuterie, sardines, octopuses... a great variety of products characterized by their demanding nature and quality. He also supplies the greatest chefs in the capital, and sometimes by the sea (Deauville, Cannes, Monaco...).

As the first Spanish man to enter the Collège Culinaire de France, Carlos Gutierrez has created a trusting dialogue with all the people he works with, from farmers to great chefs. He has introduced the latter with the product that will be the signature of the next culinary trend.

Being referenced with Aitana means providing products with irreproachable quality.

In 2009, Carlos brought back Wagyu beef, which he had discovered with a Spanish farmer with whom he is still working to this day. This beef has been pampered during the last six months of its life and fed a mix of water and wine to contribute to its well-being. Since then, Wagyu beef has been a major part of the most beautiful Paris tables.

Aitana offers five to six varieties of beef ham, including ox tongue ham and beef chorizo.

He is the expert in meats that age 30 to 120 days, which allow flavours to develop.

Open to a clientele of connoisseurs, Aitana is also an intimate and secret place whose opening hours mainly depend on the chefs' delivery schedules. The historical address, designed like a meat cellar, was located in Belleville, a cosmopolitan and lively neighbourhood. Aitana now opens a new chapter with the opening of a new address in Montrouge. A place where Romain Philippe can enhance the products with minute recipes and clever preparations. In the evening, you may even privatise the location and treat yourself to a custom-made dinner for up to eight lucky friends of yours... with always the same motto: surprising your taste buds.

LE TRAITEUR PARISIEN

TERROIR PARISIEN

PARISIAN TERROIR



Passionnés par la gastronomie, Thomas Chailloux et Julie de Almeida fondent en 2011 le Traiteur Parisien, en constante progression.

Ayant forgé leurs expériences dans de grands hôtels et palaces en France et à l'étranger, ce jeune couple d'épicuriens se met à votre disposition pour organiser toutes vos réceptions à Paris et en Ile de France. Du repas assis à la journée d'étude, en passant par le brunch, Le Traiteur Parisien reste incontestablement un prestataire des plus complets.

Pour les professionnels, il apportera une plus-value à votre communication événementielle lors de vos séminaires, lancements de produits, remise de prix...

Pour les particuliers, il sera le partenaire de confiance pour un événement simplement festif ou l'événement d'une vie. Prestation phare du Traiteur Parisien, le cocktail fait partie des meilleures références parisiennes. Les cocktails se composent de pièces raffinées, originales et colorées. Elles sont élaborées à partir de matières premières de qualité et de produits frais et nobles pour vous proposer une cuisine des plus subtiles.

Des saveurs insolites et équilibrées, des cuissons justes et maîtrisées, des alliances de textures sont autant de détails qui plaisent aux âmes les plus gourmandes et aux palais les plus fins.

Le Traiteur Parisien s'engage également dans une démarche éco-responsable et reste tourné vers l'avenir, en intégrant des considérations sociales et environnementales dans toutes ses actions.

Le Traiteur Parisien vous accompagne avec passion et créativité pour réaliser un événement à la hauteur de vos attentes, un événement unique et qui vous ressemble.

Le Traiteur Parisien was founded in 2011 by Thomas Chailloux and Julie De Almeida, two gastronomy lovers, and has not stopped growing since then.

After gaining experience in the greatest hotels and palaces in France and abroad, this couple of epicureans is now available to organize your receptions in Paris and its region.

Sit-down meals, seminars, brunches, Le Traiteur Parisien is one of the best full range service providers.

If you are a professional client, Traiteur Parisien provides added value to your communication for seminars, product launches, award ceremonies...

If you are an individual client, Traiteur Parisien will be your trusted partner for any occasion, from simple parties to life changing events.

Traiteur Parisien's flagship service is cocktails. They are one of the best Paris references. Cocktails are composed of refined, original and colourful pieces. They are made from quality primary ingredients and fresh and noble products to give you the subtlest cuisine.

Unusual and balanced flavours, perfectly mastered cooking and texture combinations are so many details that will please the finest gourmets and most refined palates.

Le Traiteur Parisien is also committed to an eco-responsible approach and is concerned for the future. They include social and environmental considerations in everything they do.

Le Traiteur Parisien will assist you with passion and creativity to create the event you are hoping for, unique and in your image.

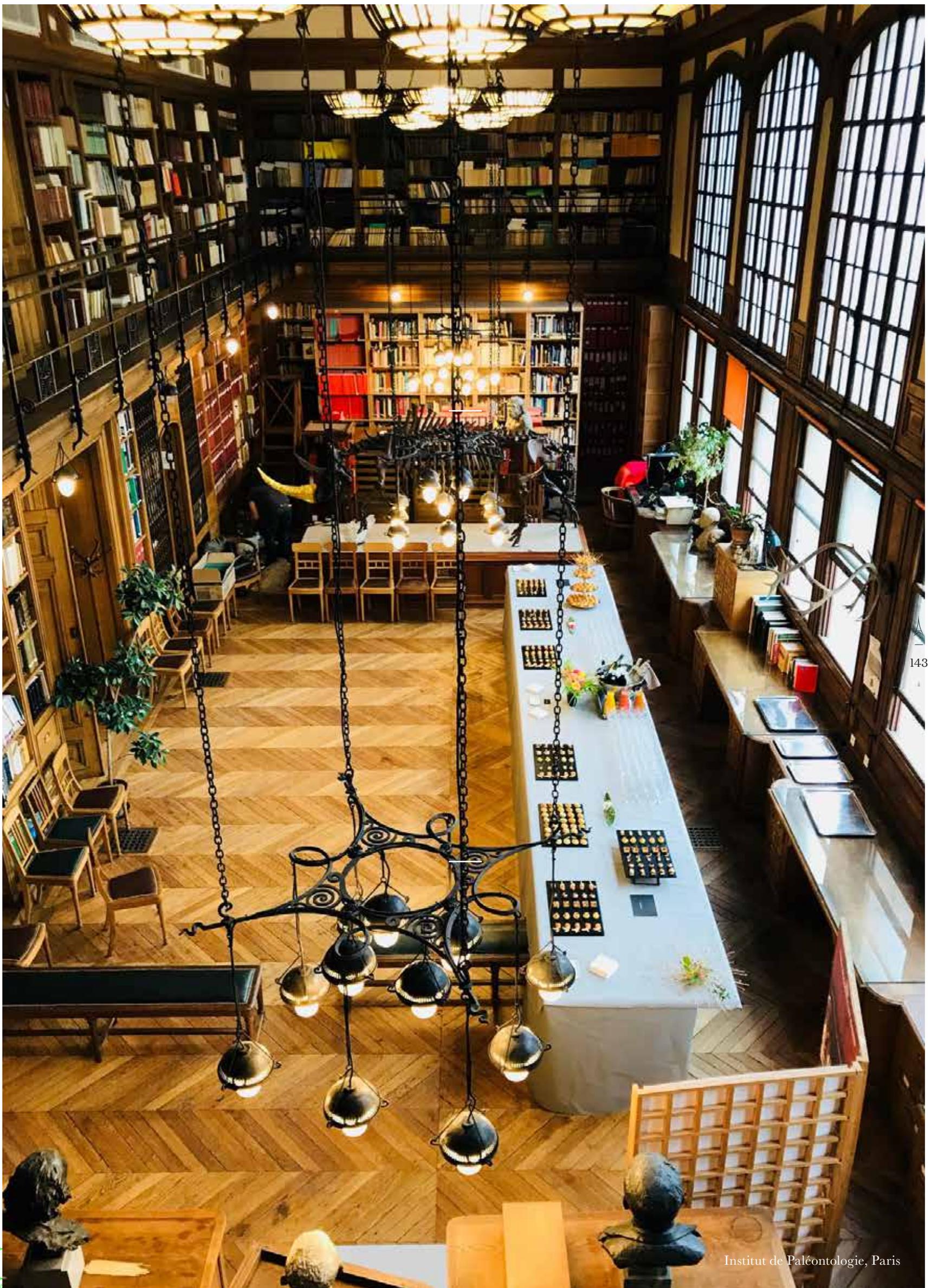
“ NOTRE AMOUR POUR LA CUISINE ET LA GASTRONOMIE FIDÉLISE LA CONFIANCE DE CLIENTS PRESTIGIEUX, ET NOUS PERMET DE TRAVAILLER AU SEIN DE LIEUX INCROYABLES ET CHARGÉS D'HISTOIRE. CES ÉCHANGES PERMETTENT UNE ÉVOLUTION VERS UNE CUISINE INNOVANTE ET CONTEMPORAINE, GÉNÉREUSE ET PLEINE D'ÉMOTIONS.”

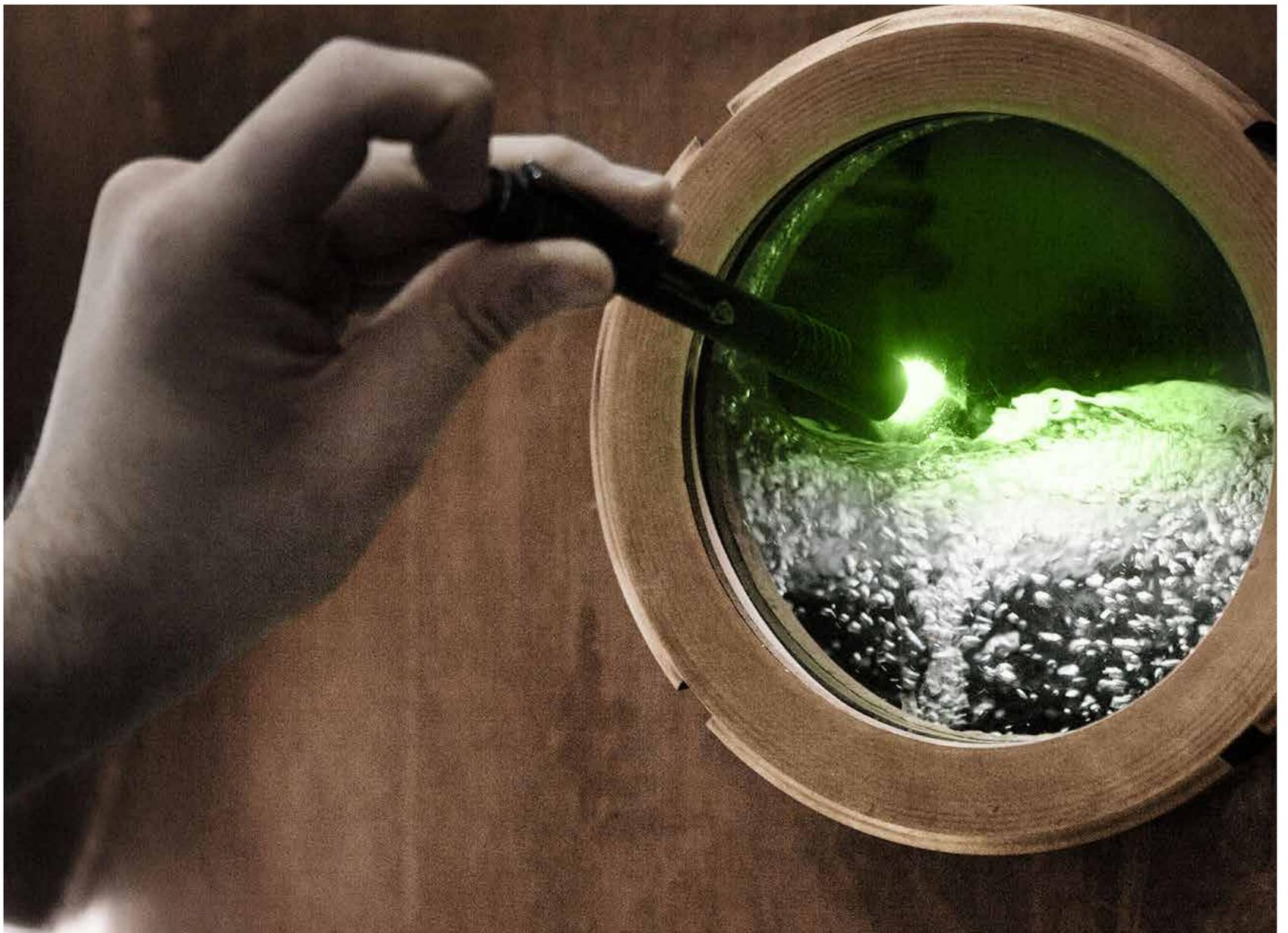
“Our love for cuisine and gastronomy has earned us the trust of prestigious clients and allows us to work in incredible places that are filled with history. These exchanges help us evolve towards an innovating, contemporary, generous and emotional cuisine.”

THOMAS CHAILLOUX

LE TRAITEUR PARISIEN

17, avenue Gabriel Péri - 94300 Vincennes | + 33 6 58 72 08 41 | contact@le-traiteur-parisien.fr





RENAISSANCE
SPIRITS

DISTRIBUTEUR D'EXCEPTION

RENAISSANCE SPIRITS est née de la rencontre entre Jean-Sébastien Robicquet et Yannick Perezan, deux passionnés de spiritueux, du goût de l'entreprise et du savoir-faire à la française.

Ce secteur a longtemps été dominé par de grands et célèbres distributeurs

Historiques ou bien par de petits distributeurs, dont les moyens étaient limités pour faire face à leurs gros concurrents.

Aujourd'hui, Maison Villevert, qui crée et développe des spiritueux d'exception et sa société de distribution, Renaissance Spirits, représentent une alternative majeure avec une offre unique dans le monde de la distribution: celle d'un producteur ayant choisi d'internaliser sa distribution au profit de ses marques propres et en se renforçant grâce à des marques tierces prestigieuses.

Ainsi, Renaissance Spirits travaille avec les plus belles marques, soucieuse de mettre en avant un savoir-faire authentique avec transparence, tout en s'attachant à une relation client sur-mesure et en étant capable d'investir sur le marché.

Le nom de Renaissance Spirits est une référence historique à François Ier, qui fit entrer le raisin aux tables de Fontainebleau. Le raisin est le fil rouge de presque toutes les marques de Renaissance Spirits et de celles qui ont contribué à son large succès: le Gin G'vine, la vodka Cîroc, la Quintinye Vermouth Royal...

Le raisin... un fruit original et remarquable pour l'élaboration des spiritueux, qui anoblit les catégories.

Et comme François Ier, Maison Villevert à travers Renaissance Spirits, a pour volonté de mettre à l'honneur les réussites de l'excellence à la française.

En témoignent deux de ses plus grands succès, qui ont fait sa renommée internationale.

En constante évolution, Renaissance Spirits ajoute à son catalogue de nouveaux partenaires, où l'Histoire joue toujours un rôle fondamental: des vins effervescents Luc Belaire produits dans le domaine familial du Sud de la France depuis 1898, en passant par l'Italie et la culture de l'Aperitivo avec Italicus qui a remis au goût du jour le Rosolio...jusqu'au rhum Bu-mbu, fabriqué sur l'île de la Barbade à partir d'une recette ancestrale remontant à la route des Epices, et tout récemment la Téquila Casamigos, véritable phénomène aux USA créée avec succès par Georges Clooney et Rande Gerber en 2013.

Enfin, Renaissance Spirits est une expérience de l'esthétique. Le spiritueux se savoure aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur de la bouteille. Chaque flacon est pensé comme une poésie, en associant fond et forme. Ainsi, le design est révélateur d'un univers spécifique: le G'vine et son élégance intemporelle, légère et florale, Italicus et les colonnes de la Rome Antique, le Rhum Bumbu et sa silhouette généreuse aussi bien à la vue qu'en bouche avec un bouchon de liège et une croix en métal pour parfaire l'esprit «pirate». En sublimant la pratique de la mixologie par des produits de très haut niveau, Jean-Sébastien Robicquet et Yannick Perezan s'imposent comme de véritables créateurs d'univers.

Ne buvez plus simplement de la vodka ou du gin. Faites-en une expérience inédite, jusque dans les moindres détails de leurs saveurs.

EXCEPTIONAL DISTRIBUTOR

Renaissance Spirits was born from the encounter between Jean-Sébastien Robicquet and Yannick Perezan, two men sharing their love for spirits, entrepreneurship and French know-how.

This sector was long controlled by great and famous historical distributors or by small distributors with limited means who could not compete with their large size competitors.

Today, Maison Villevert creates and develops exceptional spirits and its distribution company Renaissance Spirits constitute a major alternative with a unique offer in the world of distribution: the offer of a producer who chose to internalise distribution for the benefit of his own brands and to reinforce itself through prestigious third-party brands.

That is how Renaissance Spirits gets to work with the best brands, looking to combine authentic know-how and transparency for a tailor-made customer relation and investment capacities.

The name Renaissance Spirits is a reference to François I who introduced grape to the Fontainebleau dinner table. Grape is a common theme for almost every Renaissance Spirit brand having contributed to its success: G'vine Gin, Cîroc Vodka, Quintinye Vermouth Royal...

Grape is an original and remarkable fruit used to produce spirits and ennoble categories.

And just like François I, Maison Villevert through Renaissance Spirits wants to enhance French successes.

As illustrated by two of their main successes that made their international reputation.

Constantly evolving, Renaissance Spirits is always adding new partners to its catalogue, where History plays a crucial part: from Luc Belaire's effervescent wines produced in his family estate of the South of France since 1898 to Italian Aperitivo with Italicus which has updated the Rosolio trend, Bumbu rum made in Barbados with an ancient recipe from the Spice Route era, and more recently the Casamigos Tequila, which is a true phenomenon in the USA since 2013 thanks to George Clooney and Rande Gerber.

Finally, Renaissance Spirits is an aesthetic experience. Spirits are delicious on the inside as well as on the outside of the bottle. Each bottle is designed like a poem, juggling style and content. Their designs reveal specific ambiances: G'vine and its timeless, light and floral elegance, Italicus with the Ancient Rome columns, Bumbu Rum and its generous silhouette, to both the eye and mouth, with a cork and a metal cross to evoke the "pirate" spirit. By exalting the art of mixology with top range products, Jean-Sébastien Robicquet and Yannick Perezan are imposing themselves as true creators.

Don't just drink vodka or gin. Enjoy a unique experience down to the smallest details of their flavours.

FRENCH TOUCH

Comme le Gin G'vine, la vodka Cîroc est exclusivement élaborée en France. Cette vodka d'exception produite à partir de raisins français est unique en son genre. Là où la grande majorité des vodkas sont produites à partir de grain, le raisin procure une finesse et une rondeur inégalées. Cette originalité a séduit le monde entier et particulièrement les Etats-Unis. Bien connue des célébrités, la vodka Cîroc se décline en de nombreuses références pour multiplier les goûts: nature, apple, redberry, peach, French vanilla...

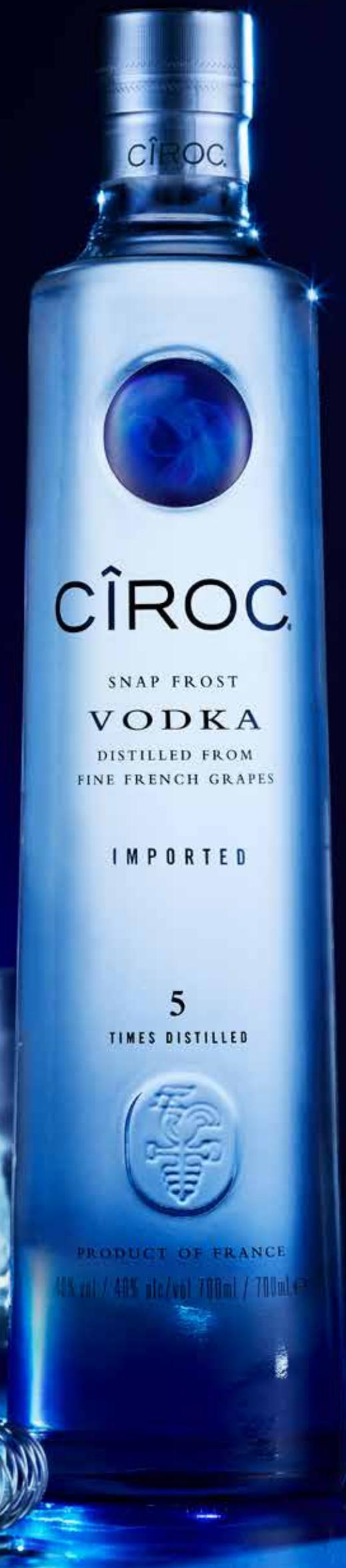
C'est à Cognac, au sein de Maison Villevert, qu'une partie des raisins utilisés pour sa fabrication vont être macérés, fermentés puis stockés à froid.

À la fois traditionnels et modernes, les processus de fabrication sont propres à l'élaboration des vins fins. Véritable «French Touch», Cîroc accompagne les événements les plus festifs de la planète: lancements de produit, concerts privés de stars, soirées prestigieuses...

Just like G'vine Gin, Cîroc vodka is exclusively made in France. This exceptional vodka made from French grape is unique. When the great majority of vodkas are made from cereal grains, grape make Cîroc incomparably fine and round. This originality has seduced the entire world, and especially the United States. Well-known to celebrities, Cîroc vodka is available in many versions to multiply tastes: plain, apple, redberry, peach, French vanilla...

It is in Cognac, within Maison Villevert, that part of the grapes used to make it are macerated, fermented and then kept in cold storage.

Both traditional and modern, the production process is proper to fine wine production. Cîroc brings a "French Touch" to festive events worldwide: product launches, private concerts, prestigious evenings...



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

RAISIN CHIC

Marque historique de Maison Villevert / Renaissance Spirits, G'vine a été créé par Jean-Sébastien Robicquet, qui a souhaité associer le riche patrimoine de la région des Charentes avec l'avant-gardisme de Paris et l'élégance naturelle du Sud-Ouest. G'vine est élaboré à partir de raisin et agrémenté d'un bouquet de 10 plantes aromatiques et épices, dont la précieuse fleur de vigne, recueillie à la main durant une poignée de jours dans l'année. Réparties en quatre familles distinctes, les plantes et épices sont distillées séparément afin de préserver leurs propriétés. L'ultime distillation mêle les essences de fleur de vigne avec celles des plantes aromatiques, toutes réunies dans un alambic charentais traditionnel en cuivre.

Le G'vine se décline en deux expressions: le G'vine Floraison, frais et floral sachant séduire les fins connaisseurs comme les néophytes à travers un gin tonic incomparable, et Nouaison Gin, vif, intense et épicé, idéal pour les amateurs de dry gin traditionnel et du cocktail Negroni.

G'vine est la muse de nombreux bartenders à travers le monde tant pour des créations originales que pour des classiques réinventés.

Historical Maison Villevert/Renaissance Spirit brand G'vine was created by Jean-Sébastien Robicquet who wished to combine the Charentes region's rich heritage with Paris' avant-gardism and South-West's natural elegance. G'vine is made from grape and a bouquet of 10 aromatic plants and spices, including the precious vine flower, handpicked only a few days a year. Divided into four distinct families, the plants and spices are distilled separately in order to preserve their individual properties. The last distillation mixes vine flower's essences with the aromatic plants', all gathered in a traditional copper Charentes still.

G'vine is available in two versions: G'vine Floraison, an unrivalled fresh and floral gin tonic for true connoisseurs and neophytes alike, and Nouaison Gin, a lively, intense and spicy Gin, perfect for traditional dry gin lovers and Negroni cocktails.

G'vine is a muse for many bartenders worldwide, for their original creations as well as for reinvented classics.





SENS N°6

—
Le Sens
—

TRUTH





Le Sens
TRUTH

protection

DEFENSE

« Agir c'est se protéger »

—
“To act is to protect oneself”

FRANÇOISE GIROUD





FORGET ASSOCIÉS
Avocats à la Cour



ORFEVREURIE DE LA LOI

RICHARD FORGET

« Car le problème est souvent de forme et non de fond ».
“Because the issue is more of form rather than of substance”

Le cabinet Forget existe depuis le début des années 2000. La vue transversale de son associé fondateur, Richard Forget, est marquée de ses propres valeurs d'humanité, et tournée vers le soutien sur mesure des personnes qui le sollicitent.

L'équipe d'experts qui constitue le cabinet propose un accompagnement pluridisciplinaire, à la fois global et personnalisé, ce chacun dans son domaine.

Les avocats de Forget et associés se positionnent en tant que l'interface entre la justice et sa hiérarchie, sa vérité particulière, et celle de ceux qui viennent les voir.

Interlocuteurs privilégiés des chefs d'entreprise, ils peuvent intervenir à tous les niveaux d'une vie, permettant de centraliser la totalité des demandes avec précision.

En effet, le collectif, (tous sortant de grands cabinets spécialisés), regroupe un spécialiste en droit des affaires, (levées de fonds, fiscalité, etc...), en droit social (gestion administrative des entreprises), en droit privé (vie privée) et enfin un pénaliste.

Cet éclairage différent, sans cloisonnement entre des matières qui se rejoignent naturellement, permet de comprendre la réalité de chaque secteur. La somme de ces rencontres restitue le sens même du métier d'avocat.

Il s'agit ici de traduire intelligemment les vérités personnelles, d'accompagner les justiciables et chefs d'entreprise vers une vision différente et entendue par un juge en se faisant le croisé de la transmission. Il est important de donner l'accès à la solution, et d'éclairer les prises de décision d'une lumière plus fine.

Grandir, devenir un mastodonte du droit ? Un cabinet aux mille associés ? Non. Chez Forget et associés, tout le monde participe, on évite l'impersonnel. La relation en direct est primordiale, presque vitale. Une sorte d'artisanat d'art de l'avocat. Une orfèvrerie de la loi.

GOLDSMITHS OF THE LAW

The cross-disciplinary vision of founding partner Richard Forget is marked with his own values of humanity and turned towards supporting people who require his services.

The team of experts that compose the firm offer pluri-disciplinary assistance, both global and personalised, each in their area.

Forget et associés position themselves as the interface between justice and its hierarchy, its particular truth, and the truth of the people who come to them.

As privileged interlocutors for business owners, they can act on every level of life and thus centralise all your request with utmost precision.

The group (they all come from great specialised firms) include a corporate law expert (fund raisings, tax law, etc.), a social law expert (corporate administrative management), a private law expert (private life) and a criminal lawyer.

These varied decompartmentalized perspectives naturally join to help you understand the reality of each area.

The sum of these skills is the true meaning of what it is to be a lawyer. It is about intelligently translating personal truths and assisting people answerable to the law and business owners towards a different vision that can be understood by a judge as transmission crusaders. It is important to give access to solutions and enlighten decision-makings with finer light.

Growing, becoming a law colossus? A firm with a thousand associates? No. At Forget et associés, we all contribute, we avoid impersonal relations. A sort of law craftsmanship. Goldsmiths of the law.



LES ANGES GARDIENS

THE GUARDIAN ANGELS

ERYS Group est heureux d'être partenaire du Paris'Finest pour son cinquième volume.

ERYS Group est une entreprise française de Services de Sécurité et Défense (ESSD) spécialisée dans le management des risques liés à la sûreté qui propose des solutions globales pour accompagner les entreprises (Grands groupes, ETI et PME), des gouvernements et des institutions sur le territoire national, ainsi que dans leur développement à l'international.

Entreprise dynamique comme en témoigne sa croissance organique constante depuis sa création en 2010, notre groupe est composé de trois filiales principales: ERYs GmbH et Ltd (assistance aux entreprises à l'internationale), ERYs Protection (Protection Rapprochée), ERYs Sécurité (surveillance humaine). La création de ces deux dernières a été le résultat de plus de 20 années d'expérience de la Direction de l'entreprise dans les métiers de la Surveillance Humaine et la Protection rapprochée.

Au travers de nombreuses prestations pour le compte de clients prestigieux (enseignes de luxe, grands groupes industriels, gouvernements et institutions, protection de diplomates et dirigeants), ERYs Group a développé des méthodes reconnues et éprouvées.

L'opérateur indépendant propose une offre globale de solutions à ses clients, afin qu'ils puissent développer leurs projets dans des conditions de sûreté optimales pour leurs personnels et leurs patrimoines. Son offre couvre tous les besoins depuis la prévention, la formation, le management opérationnel de la sûreté jusqu'à la gestion des crises.

Les prestations d'ERYS Group sont réalisées avec pragmatisme, en intégrant l'environnement local et en s'adaptant aux réalités du terrain et aux besoins des clients, tout en respectant les meilleurs standards internationaux. Premier membre français de l'ICoCA, ERYs Group est devenu en 2018 la seule entreprise certifiée sur les trois normes ISO 9001, ISO 18788 et PSC.1. Par cette reconnaissance, ERYs Group confirme l'efficacité de son système de management pour ses opérations de sécurité et notamment ses exigences en matière d'organisation, de performance et de satisfaction client, et ce dans le strict respect des Droits de l'Homme.

Fort d'une expertise internationale reconnue et de solides références, ERYs GROUP est le partenaire de confiance pour le bon développement de vos projets.

ERYS GROUP

162, rue du Faubourg Saint-Honoré - 75008 Paris | contact@erysgroup.com | + 33 1 53 86 83 06 | erysgroup.com

ERYS Group is glad to be the partner of Paris'Finest for its fifth volume.

Erys Group is a French Enterprise for Security and Defence Services (ESSD) specializing in security-related risk management and offering global solutions for companies (big groups, small and medium-sized companies), governments and institutions on national land and in their international development projects.

It is a dynamic company, as demonstrated by its consistent organic growth since its creation in 2010, consisting in three main branches: ERYs GmbH & Ltd (international business support), ERYs Protection (close protection) and ERYs Sécurité (human surveillance). The creation of the latter two has been the result of 20 years of experience at the head of the company in Human Surveillance and Close Protection. Through countless services for many prestigious clients (luxury brands, great industrial groups, governments and institutions, protection of diplomats and leaders), ERYs Group has developed proven and approved methods.

ERYS Group is an independent security company offering global solutions to its clients so that they can develop their projects in the best possible security conditions for their staff and property. We cover the whole security spectrum, from risk prevention, through training and operational security management to crisis management.

The company's services are carried out with pragmatism, integrating security operations into the local environment and matching the reality of the field and customer's needs, in accordance with the best international standards. As the first member of the ICocA (International Code of Conduct Association), ERYs became in 2018 the only company certified in three standards: SO 9001, ISO 18788 and PSC 1. Through this certification, ERYs Groups confirms the efficiency of its security operations' management system, especially in terms of organization, performance and customer satisfaction, with strict respect for Human Rights.

With its international and well-known expertise and strong references, ERYs Groups is the ideal trustworthy partner for the sound development of your projects.





PROTEGER LES TALENTS

PROTECTING TALENTS

« LA PROTECTION SOCIALE PROFESSIONNELLE EST UNE CRÉATION CONTINUE »

“Occupational social protection is an ongoing creation.”



Patrick Bézier
Directeur général

Audiens est le partenaire privilégié des professions de la culture, de la communication et des médias. Au service des employeurs, travailleurs indépendants, salariés permanents et intermittents, journalistes, pigistes, demandeurs d'emploi, et retraités, le groupe conçoit des solutions innovantes, adaptées à leurs métiers.

A l'heure où le monde de la culture connaît de profondes mutations, il accompagne ces changements, afin de pérenniser des régimes de protection sociale qui ont su démontrer leur pertinence, tant en retraite qu'en assurance, en respectant les spécificités des professions.

« *Référent social et assurantiel du secteur culturel, Audiens est aux côtés de ses publics, dans le respect du paritarisme, du dialogue social et de la solidarité professionnelle. Notre mission : œuvrer au quotidien afin de protéger tous les talents qui contribuent au rayonnement de la culture* ».

RETRAITE COMPLÉMENTAIRE AGIRC | ARRCO | ASSURANCES DE PERSONNES ET DE BIENS |
ACCOMPAGNEMENT SOLIDAIRE ET SOCIAL | MÉDICAL ET PRÉVENTION SANTÉ |
CONGÉS SPECTACLES | SERVICES AUX PROFESSIONS.

Audiens is the favoured partner for culture, communication and media professions. At the service of employers, freelancers, permanent employees and casual workers, journalists, freelance journalists, job seekers and retired people, the group offers innovating solutions matching each job specificity.

In an era when culture is going through deep transformations, Audiens accompanies these changes in order to make social protection regimes durable when they have proven relevant, pensions as well as insurance, with respect to professional specificities. “A social and insurance reference in the cultural world, Audiens stands alongside its audience, with respect for co-determination, social dialogue and professional solidarity. Our mission: working every day to protect all the talents that contribute to cultural influence.”

QU'EST-CE QUE L'ENTREPRENALISME

WHAT IS ENTREPRENALISM

L'ENTREPRENALISME : DÉPASSER LES AMBIGUÏTÉS DU MOT « LIBÉRALISME »

Le concept d'entreprenalisme a émergé en réponse aux ambiguïtés soulevées par le terme « libéralisme » : 88% des Français considèrent que l'esprit d'entreprise est une valeur positive qu'il faut encourager. Mais il n'y a qu'environ 60% des Français qui se reconnaissent dans le « libéralisme ». Celui-ci ne rend donc pas fidèlement compte de l'engouement des Français pour l'aventure entrepreneuriale, avec plus de 650.000 créations d'entreprises par an, près de 60% des jeunes qui rêvent de devenir entrepreneurs et 1,2 millions de Français qui ont choisi le statut de micro-entrepreneurs. Par ailleurs, le mot « libéralisme » suscite l'hostilité de tous ceux qui y voient la défense de la concurrence sans limite et d'un individualisme qui nie le besoin de cohésion sociale. De fait, face à un monopole, la nécessité de réguler est évidente, comme dans le cas des GAFAs, ne serait-ce que pour préserver la liberté d'entreprendre de nouveaux acteurs émergents. Beaucoup de libéraux nient le besoin de régulation. Face à ces ambiguïtés, l'entreprenalisme fixe une priorité claire : maximiser le potentiel entrepreneurial de la Nation. À cette fin, il convient parfois de libéraliser pour desserrer les contraintes bureaucratiques ou fiscales, et dans d'autres cas de réguler, pour éviter l'emprise étouffante et stérilisante d'acteurs privés monopolistiques.



ENTREPRENALISM: BEYOND THE WORD "LIBERALISM"

The concept of "entreprenalism" has appeared in response to the ambiguities raised by the word "liberalism": 88% of the French people consider that entrepreneurship is a positive value that should be encouraged. But only some 60% of them recognize themselves in "liberalism". This word does not accurately reflect French people's enthusiasm for entrepreneurship, with over 650,000 businesses created each year, close to 60% of young people dreaming of becoming entrepreneurs and 1.2 million French people who have chosen to become self-employed (micro-entrepreneurs).

In addition, the word "liberalism" stirs up hostility from those who see it as a doctrine defending unrestrained competition and individualism as opposed to our need

for social cohesion. Actually, faced with a monopoly, the need to regulate is obvious; as with GAFAs, for instance, even if only to preserve new players' freedom of enterprise. Many liberals are denying the need for regulation.

Faced with these ambiguities, entreprenalism sets a clear priority: maximizing the nation's entrepreneurial potential. To this end, they sometimes need to liberalise in order to loosen bureaucratic or fiscal limitations, and in other cases to regulate in order to avoid the stifling and sterilising influence of monopolistic private players

L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE : UNE VALEUR FONDATRICE D'UN PACTE RÉPUBLICAIN RENOUVÉ

L'entreprenalisme considère :

- | Que l'esprit d'entreprendre des citoyens (qui ne se limite pas à la seule création d'entreprise) est la véritable source de richesse de la Nation
- | Que multiplier par deux le nombre d'entrepreneurs en France est un objectif nécessaire pour surmonter tous les maux de notre société (résorber le chômage, nos déficits, relever des défis concrets comme la rénovation des banlieues, l'intégration...)
- | Que l'acte entrepreneurial est une nouvelle dimension de la citoyenneté, et que confier les défis sociaux à des milliers de citoyens entrepreneurs et providentiels pour trouver des solutions concrètes est plus prometteur que de s'en remettre à un Etat-providence ou à un homme providentiel
- | Que l'intérêt général progresse lorsque des entrepreneurs se mobilisent pour surmonter les défis collectifs (banlieues, environnement, sécurité, défis alimentaires...).

LES CHANTIERS DE L'ENTREPRENALISME

- | Propager l'esprit d'entreprise dans toutes les strates de la société
- | Mobiliser les entrepreneurs pour qu'ils se fixent pour objectif de relever tous les défis d'intérêt général

Léonidas Kalogeropoulos dirige le Cabinet de lobbying *Médiation & Arguments*

Il a publié *L'Entreprenalisme, ou les nouvelles Lumières d'une France qui ose* aux Editions Fauves

ENTREPRENEURSHIP: THE FOUNDING VALUE FOR A NEW REPUBLICAN PACT

Entreprenalism means:

- | That citizens' entrepreneurship (which is not just about creating businesses) is the nation's true source of wealth
- | That doubling the number of entrepreneurs in France is a necessary goal to overcome all of our society's issues (reduce unemployment, deficits, meet tangible challenges such as renovating suburban ghettos, integration...)
- | That entrepreneurship is a new dimension of citizenship and that entrusting our social challenges to thousands of providential entrepreneur citizens to find tangible solutions is more promising than leaving it to a welfare-state or a providential man
- | That the general interest progresses when entrepreneurs mobilise to overcome collective challenges (suburban ghettos, environment, security, food challenges...).

ENTREPRENALISM'S PROJECTS

- | Spreading entrepreneurship in all layers of society
- | Mobilising entrepreneurs for them to meet the challenges of the general interest

Léonidas Kalogeropoulos runs the *Médiation & Arguments* lobbying firm

He has published "*L'entreprenalisme, ou les nouvelles Lumières d'une France qui ose*"

(*Entreprenalism, or the new Enlightenment of a France that dares*) with Edition Fauves.



© Joshua Soprano

OPTIMUM SERENITY



Karim Bouamrane,
Directeur Europe du Sud & Afrique

Bitglass Inc. est une entreprise dédiée à la protection des données sensibles dans le cloud. Leader dans le marché du Cloud Access Security Broker (CASB), Bitglass propose une approche fine de la sécurité des données avec une protection affirmée des menaces avancées. Le développement de la stratégie et des opérations de l'entreprise sur les territoires Europe et Afrique Francophone a été confié à Karim Bouamrane directeur de la région pour Bitglass et spécialiste en cybersécurité. « Il y a 20 ans, la problématique sécurité des données étaient embryonnaires pour les entreprises. Ensuite elle devint financière et économique au regard des coûts financiers pour une entreprise en cas de piratage. Les dernières élections aux USA ou en Europe montrent que la cybersécurité est désormais une question de souveraineté pour les nations! Nous avons changé de paradigmes avec les flux de communication des données qui a explosé ces dernières années. La maîtrise de l'environnement de la Silicon Valley et du monde des start-up, qui ont vocation à se développer à l'international, est indispensable au développement et à la réussite de BITGLASS.

Pour diriger un éditeur comme BITGLASS, il faut maîtriser le secteur de la cybersécurité qui est en mutation perpétuelle. En effet, les attaques et les solutions de sécurité évoluent chaque jour. D'où la nécessité de bien maîtriser et connaître les évolutions du marché. Aujourd'hui les entreprises doivent impérativement protéger leurs données sensibles car elles transitent sur des applications cloud utilisées par tous les directeurs informatiques qui sont exposées à des risques de pirateries informatiques. La cybersécurité a connu trois grandes révolutions depuis le milieu des années 90. La première est celle liée au développement de la sécurité des données des entreprises, l'objectif était de protéger l'entreprise des attaques d'où le développement des antis virus ou des firewalls. Ensuite il a fallu concilier mobilité et sécurité, c'était la seconde révolution de la cybersécurité.

Aujourd'hui, en raison de l'expansion du cloud, des millions d'informations sont exposées à des risques d'attaques. Beaucoup de dirigeants n'ont pas conscience des risques avec l'usage du cloud - mails privés - applications métiers ou applications pour du loisir (streaming, musique, télévision sur Android à la demande).

Les failles de sécurité sont souvent directement liées au cloud. Toutes les entreprises peuvent relever ce défi de sécuriser leurs données sensibles grâce à Bitglass. La force de BITGLASS ? Une réponse optimum et sur-mesure à ces nouveaux défis.



Bitglass Inc. is a company specializing in sensitive data protection in the cloud. As the leader of the Cloud Access Security Broker (CASB) market, Bitglass offers a sharp approach to data security with armed protection against advanced threats. The company's development and operations strategy in Europe and French-speaking Africa were entrusted to Karim Bouamrane, regional manager for Bitglass and cybersecurity expert for over 20 years.

"20 years ago, data security issues were in an embryonic stage for companies. It later became a matter of financial and economic stakes with regards to the potential financial costs for a company that was hacked. The latest American and European elections prove that cybersecurity is now a matter of sovereignty for states! We have changed paradigms with the explosion of the communication data flow over the last few years. Controlling the Silicon Valley environment and the world of start-ups that tend to develop on the international scene is essential to our development and to BITGLASS' success.

Running a company like BITGLASS requires perfectly knowing the cybersecurity sector, which is in constant mutation. The attacks and security solutions evolve on a daily basis. Hence the necessity to control and know the evolutions of the market. Today, companies must protect their sensitive data because they are located on cloud applications used by all IT managers and exposed to software piracy. Cybersecurity has seen three main revolutions since the middle of the 90's. The first one was connected to the development of companies' data security, where the goal was to protect companies from hackings, and which gave way to the development of anti-viruses or rewalls. Then we have had to combine mobility and security, which was cybersecurity's second revolution.

Today, with the expansion of the cloud, millions of data points are exposed to attack threats. Many managers are not aware of the risks inherent to the way they are currently using the cloud – private emails, professional applications or entertainment applications (streaming, music, on demand Android television).

Security breaches are often directly related to the cloud. All companies can meet the challenge of securing sensitive data with Bitglass. The strength of BITGLASS: efficient solutions to meet these new challenges."





Le Sens
TRUTH

conscience

AWARENESS

«On a conscience avant,
on prend conscience après.»

—
“First we understand, then we realize.”

OSCAR WILDE



EDOARDO SECCHI

ITALY-FRANCE GROUP



Fondé à Paris en 1993, Italy-France Group est spécialiste du développement d'entreprises et de la coopération entre la France et l'Italie. Rencontre avec Edoardo Secchi, président et entrepreneur pour qui la vision, la détermination et le travail sont les clés de la réussite.

Pourquoi avez-vous créé italy-france group ?

A 19 ans, j'ai créé la société Italy-France Group. Notre objectif : devenir l'acteur principal du développement économique entre l'Italie et la France. Nous travaillons sur le développement des entreprises, marques et produits en France et en Italie, en ouvrant le marché français aux entreprises italiennes et vice versa. Italy-France Group a développé quatre autres sociétés : Italie-France.com, premier magazine dédié à la promotion des échanges franco-italiens et Club Italie-France, premier club et think-tank dédié à la coopération des deux pays ; Evowell, spécialisée dans le sport/fitness et le bien-être des porteurs de handicap ; Bioitalie, société de promotion et commercialisation des produits alimentaires bio, cachet et vegans italiens.

Comment aidez-vous concrètement les entreprises?

Le groupe a plus de 25 ans d'expérience dans l'implantation d'entreprises sur les marchés internationaux, opérant en tant que partenaire stratégique dans la gestion d'entreprise. Grâce à l'expertise acquise dans des secteurs de l'industrie et des services et à la connaissance approfondie du contexte économique, politique et culturel français et italien, Italy-France Group a réalisé plus de 900 activités entrepreneuriales pour le compte de multinationales, ETI, PMI et 100 missions institutionnelles telles que les rencontres entrepreneuriales, jumelages, synergies et partenariats.

Parlez-nous du club italy-france ?

Il résume parfaitement mon expérience de vie culturelle et professionnelle passée à cheval entre ces deux pays. Je suis arrivé en France à 18 ans, j'ai construit ma vie professionnelle et forgé une histoire culturelle en France. A ma façon, je rends hommage à cette double culture en créant un outil d'échange ouvert à ceux qui croient au partage des idées. Fondé en 2011 à Paris, le Club France-Italie ne cesse de grandir, en réalisant beaucoup d'activités et d'intérêts communs entre les deux pays. Notre indépendance économique et culturelle nous permet de rencontrer des personnalités exceptionnelles. Le mix socio-économique interculturel fascine tous ceux qui découvrent notre Club. Nous échangeons avec différentes personnalités très connues en France et en Italie. Beaucoup sont surpris et se demandent comment nous avons accès à autant de références pointues entre les deux pays : c'est mon secret...

Quels sont les rapports entre la France et l'Italie?

Ce sont deux partenaires européens historiques qui continuent d'échanger, malgré la profonde crise économique qui a traversé l'Europe. La France est le 2^e client et 2^e fournisseur de l'Italie. L'Italie est le 2^e client de la France et également 4^e fournisseur de la France. En 2017, les deux pays ont enregistré un volume d'échange autour de 76,6 milliards d'euros : un excellent résultat malgré la conjoncture économique qui a réduit globalement la demande intérieure et ralenti la croissance.

De nouveaux projets?

Nous réalisons en moyenne trente missions et projets par an et avons lancé cette année déjà 6 sociétés italiennes en France et 5 sociétés françaises en Italie. Une partie de nos projets futurs sera consacrée à la diffusion et la valorisation de la culture italienne en France et française en Italie grâce à des événements culturels tels que le festival du cinéma, des expositions ou des concerts musicaux. Pour nous, la culture est le seul vecteur qui permet de faire évoluer les choses.



Founded in Paris in 1993, Italy-France Group is an expert in business development and cooperation between France and Italy. Meet Edoardo Secchi, chairman and entrepreneur for whom vision, determination and hard work are the keys to success.

Why did you create Italy-France Group?

I created Italy-France Group when I was 19. Our goal: becoming the main player in economic development between Italy and France. We are working on businesses, brands and products made in France and Italy, opening the French market to Italian companies and vice versa. Italy-France Group has created four other companies: *Italie-France.com*, the first magazine dedicated to the promotion of French-Italian exchanges and *Club Italie-France*, the first club and think-tank dedicated to cooperation between the two countries; *Evowell*, specializing in sports/fitness and well-being for people with disabilities; *Bioitalie*, a company that promotes and sells organic, kosher and vegan Italian food products.

How do you assist companies?

The group has over 25 years of experience establishing businesses on international markets, working as a strategic partner in business management. Through this expertise in the areas of industry and services and our deep knowledge of the economic, political and cultural context in France and Italy, Italy-France Group has created over 900 entrepreneurial activities for multinational companies, small and medium sized companies and 100 institutional missions such as entrepreneurial encounters, twinning agreements, collaborations and partnerships.



Could you tell us about Club Italie-France?

It is a perfect symbol of my cultural and professional experience halfway between both countries. I arrived in France when I was 18. I have built my professional life and created a cultural background for myself here. In my way, I wanted to pay tribute to this double culture by creating an exchange tool for those who believe in sharing ideas. Founded in 2011 in Paris, *Club France-Italy* keeps on growing, serving common interests for both countries. Our economic and cultural independence allow us to meet with exceptional people. The intercultural socio-economic combination is fascinating to all the people who discover our Club. We communicate with various famous people in France and in Italy. Many of them are surprised and wonder how we have gained access to such in-depth references between both countries: that is my secret...

What do France and Italy share?

They are historical European partners who keep on communicating despite the strong economic crisis that has stricken Europe. France is Italy's 2nd client and 2nd supplier. Italy is France's 2nd client and 4th supplier. In 2017, both countries have registered 76.6 billion euros in trading volume: which is an excellent result considering the economic context that had globally decreased domestic demand and slowed down economic growth.

What are your next projects?

We usually manage about thirty missions and projects every year and this year we have already started 6 Italian companies in France and 5 French companies in Italy.

Some of our future projects will be dedicated to promoting Italian culture in France and French culture in Italy through cultural events such as film festivals, exhibitions or concerts. We believe that culture is the only medium that can help things evolve.



BOA PROJECT

SANTE EN MOUVEMENT HEALTH IN MOTION



Depuis 2015, Boa Creations & Innovations SA associe l'Art et la neurologie afin de développer des supports visuels et auditifs qui influencent notre activité cérébrale. Artiste peintre, styliste et créatrice de mode, Olivia Boa est passionnée de neurologie et fascinée par l'effet de l'hypnose sur notre cerveau. Suite à la naissance de son fils lourdement handicapé, Olivia Boa conçoit un casque audio spécifique pour descendre les états de stress de son fils. Outil d'apaisement, le casque est « effort-less », efficace immédiatement et non intrusif. En 9 minutes, on atteint une qualité d'onde cérébrale Thêta qui est l'onde de la détente profonde, de l'hypnose et de la méditation. De nombreuses entreprises françaises l'adoptent pour le bien-être de collaborateurs.

En parallèle au succès du casque, la créatrice développa le concept de Cinétique Oculaire Boa. Similaire aux techniques audio mais basé sur la différence de potentiel des couleurs. Olivia Boa utilise l'influence que peut avoir un balayage oculaire bien spécifique sur le cerveau à partir de l'observation de ses designs. Ses designs induisent un mouvement spontané de l'œil par sa composition pixelisée. Un balayage horizontal fait descendre l'activité cérébrale des observateurs jusqu'en onde thêta, tel le balancement du pendule en hypnose, et permettra de diminuer leur stress. Plus de 500 électroencéphalogrammes ont confirmé l'impact des designs Boa sur l'activité cérébrale de volontaires, dès les 30 premières secondes d'observation.

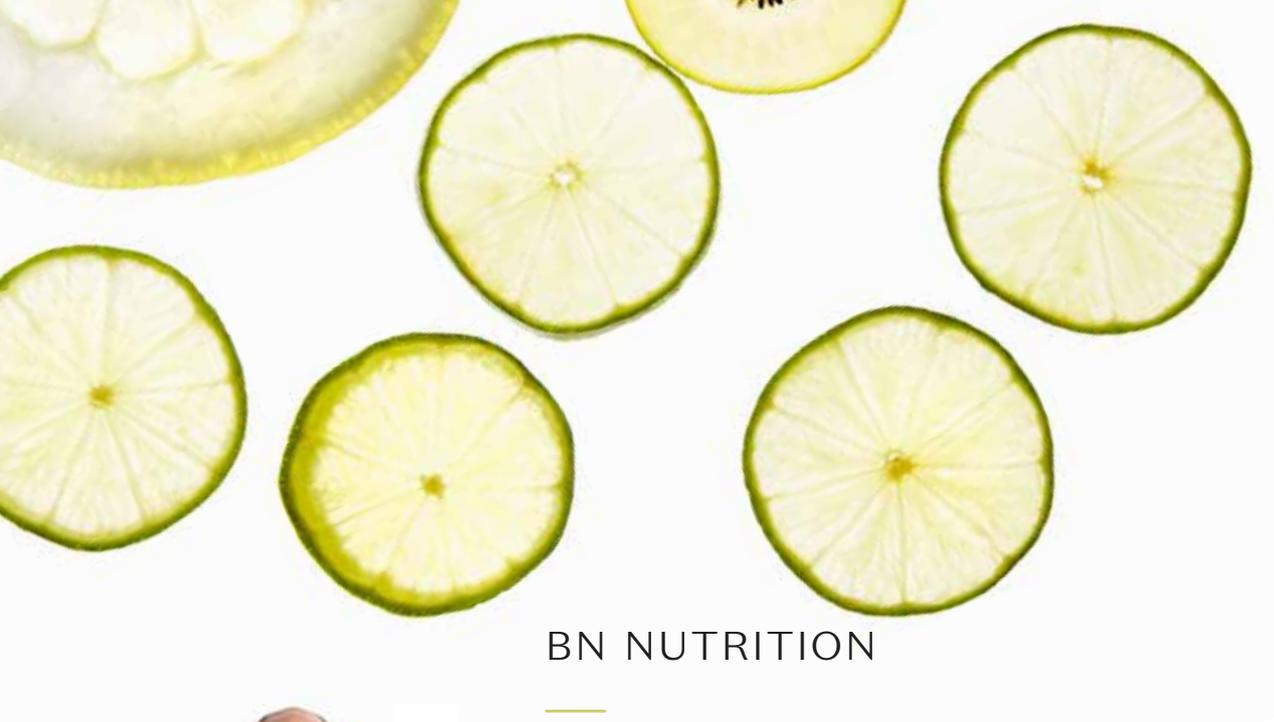
Les designs en Cinétique Oculaire Boa sont déclinés sous différentes formes: Cahiers pour les étudiants, tableaux, poster...et design textile. Ils sont présentés sous la marque Boa Creations pour la ligne Sportswear et 2B by Boa pour la ligne prêt-à-porter.

Since 2015, Boa Creations & Innovations SA combines Art and neurology to develop visual and hearing aids that influence our brain activity. As a painter and fashion designer, Olivia Boa is fascinated with neurology and with the effect of hypnosis on our brain. After the birth of her heavily handicapped son, Olivia Boa designed a specific audio headset to lower her son's stress level. The "effortless" headset is a soothing tool that works immediately without being invasive. Within 9 minutes, you reach a certain quality of the theta frequency band, which is the frequency for deep relaxation, hypnosis and meditation. Many French companies are using it for their employees' well-being.

Simultaneously with the headset's success, the creator developed the concept of Cinétique Oculaire Boa (Boa Eye Kintetics). Similar to the audio techniques but based on the difference of colours' potential. Oliva Boa uses the influence that a specific eye scan can have on the brain from the observation of her designs. Her designs induce a spontaneous movement from the eye through its pixelized composition. A horizontal scan lowers observers' brain activity to theta frequency band levels, like a pendulum swaying in hypnosis, which reduces stress.

Over 500 encephalograms have confirmed the impact of the Boa designs on volunteers' brain activity in the first 30 seconds of observation.

The Cinétique Oculaire Boa designs come in various forms: exercise books for students, paintings, posters...and textile designs. They are presented with the Boa Creations brand for the Sportswear line and 2B by Boa for the ready-to-wear line.



BN NUTRITION

SUBLIMEZ VOTRE POTENTIEL



Olivier Bourquin

Transmettre une manière d'accéder à son plein potentiel à travers la nutrition, la micronutrition, l'activité physique et le sommeil: telle est la mission de BN Nutrition. A l'origine du projet, Olivier Bourquin. Son expérience en tant que préparateur physique d'élite, sa passion pour la nutrition et de nombreuses collaborations avec des professionnels de la santé l'ont mené à créer une méthode de travail unique, offrant les clés d'un nouveau soi. D'abord, en proposant un suivi personnalisé en consultation privée ou 4 semaines de coaching en petit groupe pour offrir à son corps et son esprit un reset total. Les résultats sont sans appel: 99% des participants ont atteint leurs objectifs!

Autre clé de la réussite, la qualité des produits. Les sportifs font confiance aux boissons d'effort et de récupération développées pour assurer des performances maximales et sûres, alors que des compléments alimentaires spécialement formulés viennent soutenir un équilibre sain et naturel.

Animé par le besoin de partager ses connaissances et l'envie de tordre le cou aux fausses croyances si fréquentes concernant la nutrition, Olivier Bourquin a déjà publié 3 livres et parcourt la Suisse et l'Europe pour donner des conférences en entreprise, clubs sportifs ou lors d'évènements. Personnalisation, qualité, traçabilité, précision et éducation font partie de l'ADN de BN. Parce que la santé est notre atout le plus précieux, seule l'excellence compte.

ENHANCE YOUR POTENTIAL

Delivering a way to access your full potential through nutrition, micronutrition, physical activity and recovery: that is BN Nutrition's mission. At the origin of the project, Olivier Bourquin. His experience as an elite physical trainer, his passion for nutrition and many medical collaborations have led him to create a unique work method offering the keys to a new self. First, proposing a personalised follow-up during private consults or 4 weeks of coaching in small groups to give your body and your mind a total reset. The results are unequivocal: 99% of participants have reached their goals!

Another key to success is the quality of the products. Athletes trust sports drink that were developed to guarantee maximum and safe performances and food supplements of excellent quality come to support a healthy and natural diet.

Animated by a need to share his knowledge and a desire to kill o false beliefs about nutrition, Olivier Bourquin has already published 3 books and is travelling through Switzerland and Europe to host conferences in companies, sports clubs or during events. Customisation, quality, traceability, precision and education are part of BN's DNA. Because health is our most precious asset, only excellence matters.







CHAPITRE

Réseaux

—
NETWORKS

NOUUS

SOMM-
N

MIESWE

我们是 SUMUS

RYDYM

WE ZIJN EM HENE

MES ESAME

וְנַחֲנָא

私たちはです

KAMI ADALAH

МЫ EIMMA
SOMOS
OI SIAMO
نحن
ARE
VI ÄR
WIR SIND
NOI SUNTEM
VIÐ ERUM
IZAHAY DIA
SIMU
NOSALTRES SO

Networks

communauté
COMMUNITY

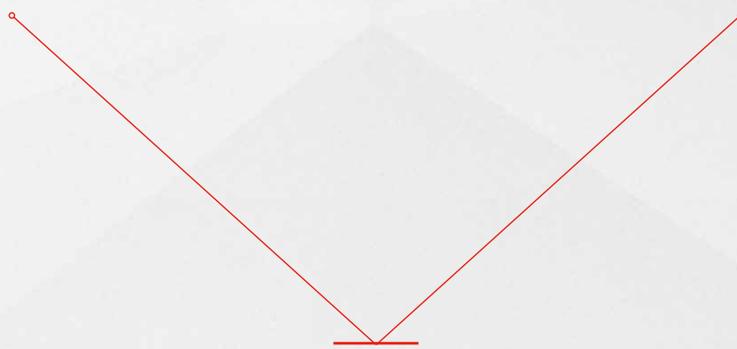
«Ce sont nos choix qui déterminent
qui nous sommes»

*“It’s our choices that determine
who we are.”*

SPIDERMAN

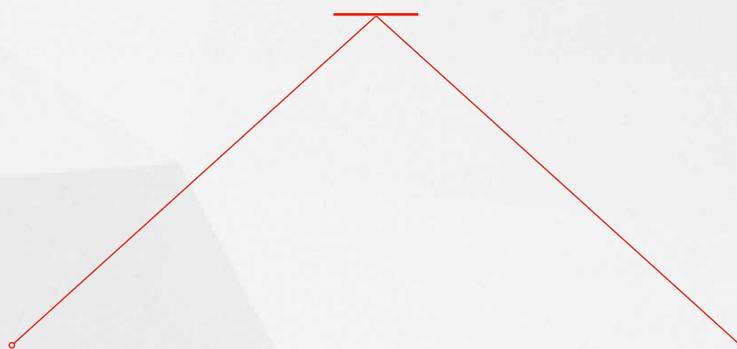
NETWORKING

RE-BRANDING



BEL'RP

L'ART DE VIVRE
DES GRANDES CAPITALES
INTERNATIONNALES



EVENTS

VIDEOS

PARIS‘FINEST

ATMOSPHERES

Qui sont ces trois Grâces au sourire mutin, qui nous invitent à jouer avec elles au grand jeu de la nomination, ce pouvoir divin qui fait exister les rêves et leur donne la puissance du réel ? Judith, Deborah, Sacha, de l'agence BEL'RP. Elles sont en avance sur nous, les fantassins du monde moderne, les sans-grade qui traînent nos sabots sur les trottoirs de Paris sans deviner toutes les merveilles qui nous interpellent et devraient nous esbaudir en permanence. Au coin de la rue, un clin d'œil nous est destiné...

Nous vivons et marchons dans un monde de surfaces, dans une débauche d'images, dans une maison close d'où personne ne veut sortir, dans un grand casino où le hasard dicte sa loi, où la fête domine les cœurs et les désirs, où les objets reprennent leur forme primordiale, leur séduction intacte.

L'air du temps ne recèle plus aucun mystère pour ces jeunes femmes expérimentées dans le domaine très moderne de l'événement, et qui savent donner à leurs amis le goût de la fête. Bien sûr, ce talent pour la cérémonie des cinq sens s'accompagne d'une anglicisation forcée du langage et des façons de faire, presque d'une anglomanie.

Il s'agit surtout, comme nous le disions, de baptiser les phénomènes contemporains, et en particulier les réseaux sociaux, par exemple à l'aide d'une « stratégie marketing » qui s'est auto-baptisée rebranding, dûment listée chez Wikipedia : « Le terme anglais de rebranding désigne généralement le repositionnement plus ou moins prononcé d'une marque qui s'accompagne ou non de son changement de nom. » La démarche de rebranding s'accompagne le plus souvent d'une refonte de la plateforme de marque. En fait, il s'agit d'une nouvelle identité — d'un nouveau naming — donné à l'objet, à la marque, à l'ambiance du jour.

En rebaptisant BEST OF PARIS du nom prometteur de PARIS FINEST, c'est toute une atmosphère que ces dames si inventives ont su créer pour nous enchanter encore plus que d'habitude. Ce sont les ambassadrices de la mode de l'avenir, les créatrices de l'atmosphère des années 2020, les spécialistes du vocabulaire à la mode de demain.

Who are these three mischievously smiling Graces inviting us to play the great nomination game with them, this divine power that makes our dream feel as powerful as reality? Judith, Deborah, XXX. They are way ahead of us modern world soldiers, nobodies roaming the streets of Paris, unaware of the wonders crying out that should constantly amaze us. In a street corner, this wink is directed at us...

We are living and walking in a world of surfaces, in an abundance of images, in a brothel from which no one wants to leave, a great casino where chance is queen, where party rules over hearts and desires, where objects take their essential shape, their seduction left untouched.

The spirit of the times has no secret for these young women, highly experienced in the very modern world of event planning, and who can make their friends want to party. Of course, this talent for five-senses ceremony comes with its share of English expressions and methods.

As we were saying, it is mostly about naming contemporary phenomena, especially on the social networks, for example with the help of "marketing strategies", also called branding or re-branding, duly listed on Wikipedia: "The English word 'rebranding' usually refers to the certain repositioning of a brand where it can sometimes change its name." The rebranding process is often accompanied with a re-designing of the corporate identity – new naming – given to the object, the brand, the atmosphere of the day.

By renaming BELR'P with the promising name PARIS FINEST, we embrace this atmosphere that these inventive ladies were able to create to charm us even more than usual. They are the ambassadors of future fashion, the designers of the 2000's atmosphere, the experts in tomorrow's trendy vocabulary.

CATHERINE DAVID

SWISS ' FINEST +

RISING SWITZERLAND

« LES HELVÈTES SAVENT QUE LES PLUS HAUTES MONTAGNES ONT ÉTÉ
POUSSÉES VERS LE HAUT PAR LA TERRE QUI LES A VU NAÎTRE,
BIEN DAVANTAGE QUE TIRÉES À LA VERTICALE
PAR UNE FORCE SUPÉRIEURE. ET CEUX QUI LES GRAVISSENT PUISENT
DANS LEURS RACINES POUR FLIRTER AVEC LE CIEL »

*“Helvetians know that the highest mountains were pushed upwards by the earth
that gave birth to them, more than pulled upright by a higher force.
And those who climb them search deep within their roots to touch the sky.”*

MÉLANIE CHAPPUIS

Carte de visite incontournable de l'Agence BEL'RP et
de ses partenaires, le SWISS ' FINEST est le deuxième
né des PLANET ' S FINEST.

*« Ambassadeurs de la crème des individus et des entre-
prises qui font la renommée des capitales et des pays
incontournables et internationaux ».*

Ces livres sont des objets haut de gamme, messa-
gers des villes de notre monde contemporain, et
donnent un accès direct à un réseau de dirigeants
autour du monde.

Essential business card for the BEL'RP Agency and
its partners, SWISS ' FINEST is PLANET'S FINEST's
second baby.

*“Ambassadors of the crème de la crème of individuals
and companies that make capitals' and countries'
reputation on the international level.”*

These books are top-range objects, messengers
for the cities of our contemporary world, and give
direct access to a network of leaders around the
world.



BEL'RP



PLANET'S FINEST

UN RÉSEAU INTERNATIONAL DE DIRIGEANTS

AN INTERNATIONAL NETWORK OF LEADERS

—
L'ESSENCE DE L'EXCELLENCE

THE ESSENCE OF EXCELLENCE

CLUB'S FINEST

UN RÉSEAU DE PERSONNALITÉS,
« LA CRÈME DE LA CRÈME »

A NETWORK OF FAMOUS PEOPLE, "LA CRÈME DE LA CRÈME"

—
RÉUNIR LA QUINTESSENCE PARISIENNE
ET INTERNATIONALE

COMBINING THE SPIRIT OF PARIS AND OF THE WORLD

—
UN CERCLE D'INITIÉS

A CIRCLE OF INSIDERS

—
BEL'RP

belrp.com



AGIR SANS
LIMITES
ACT WITHOUT
LIMITS

CARTE BLANCHE
AUX MOMENTS D'EXCEPTION
CARTE BLANCHE TO EXCEPTIONAL MOMENTS

—

MISE EN COMMUN
DES COMPÉTENCES
POOLING SKILLS

—

PARTENARIATS DYNAMIQUES
DYNAMIC PARTNERSHIPS

—

UN NOUVEAU
MONDE EST POSSIBLE
A NEW
WORLD IS POSSIBLE

CRÉER DE LA VALEUR
CREATING VALUE

—

RÉUNIR
L'EXCEPTIONNEL
GATHERING THE EXCEPTIONAL

—

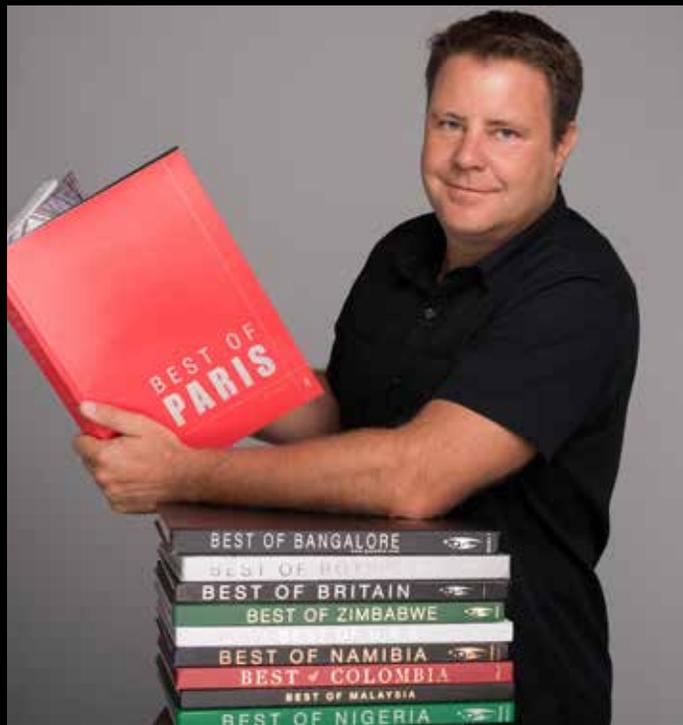
PROMOUVOIR
LA SINGULARITÉ
PROMOTING SINGULARITY

—

CATALOGUE GÉNIAL DU SAVOIR-FAIRE
GENIUS KNOW-HOW CATALOGUE

CONNECTER LES ESPRITS CONSTRUIRE DES COMMUNAUTÉS

CONNECTING MINDS - BUILDING COMMUNITIES



« La mission du Global Village est de présenter des success-stories de tous les pays, leurs Villes et leurs Habitants au reste du Monde. Nous sommes une tribu toujours plus vaste d'entrepreneurs média, de collègues et d'amis. N'hésitez pas à nous rejoindre pour compléter le puzzle. »

“The Global Village mission is to proudly showcase success stories from every Nation, their Cities and its People to the World. We are an ever-growing tribe of media entrepreneurs, colleagues and friends, please join us as we complete the puzzle.”

SVEN BOERMEESTER
INTERNATIONAL GROUP PUBLISHER | GLOBAL VILLAGE



GLOBAL VILLAGE .WORLD

CONNECTING MINDS - BUILDING COMMUNITIES

Le monde devient un grand village où chaque ville et chaque région tente d'accaparer l'attention, les investissements, l'afflux touristique et le commerce.

Les livres Global Village sont fiers de présenter et de mettre en valeur le meilleur de chaque nation, de leurs villes et de leurs peuples pour leur permettre de gagner en reconnaissance et en croissance.

Les livres sont des cadeaux d'entreprises très prisés par les VIP du monde entier et les eBooks attirent plus de 2 millions de visiteurs issus de 175 pays sur GlobalVillage.world

Le créateur Sven Boermeester a formé une équipe internationale de partenaires privilégiés parmi lesquels des éditeurs et designers de plus de cinquante pays. Ensemble, l'équipe a publié plus de 180 versions dans plus de 70 pays.

LES LIVRES GLOBAL VILLAGE SONT PUBLIÉS DANS QUATRE SÉRIES EXCEPTIONNELLES :

| **THE BEST OF** rend hommage au « meilleur » de ce que les plus grandes villes et régions du monde ont à offrir en termes de commerce, lifestyle et investissement.

| CITIES FINEST SERIES

| **INNOVATE** — rend hommage aux Innovateurs et aux Innovations qui stimulent la croissance dans chaque ville ou région.

| **DO IT, LIVE IT, LOVE IT!** — rend hommage aux divers styles de vie et initiatives communautaires qui font de chaque ville et de chaque région un lieu d'exploration unique pour les visiteurs et les locaux.

ESSOR ET NOUVELLES TECHNOLOGIES

Global Village connaît une croissance rapide grâce à de nouveaux partenaires éditoriaux et de nouveaux concepts de livres naissant dans 200 régions économiques du monde entier.

Notre série de livres 2019 comprendra une nouvelle technologie innovante permettant l'intégration de vidéos en réalité augmentée dans ses pages. Téléchargez l'appli « Global Village AR » sur IOS ou sur Android, appuyez sur play et regardez les pages prendre vie devant vous.

The world is fast becoming a global village in which each city and region must compete for attention, investment, tourism, and business.

Global Village books proudly showcase and promote the best of each nation, it's cities and people for global recognition and growth.

The books are a very sought after corporate gift to VIP's around the world and the eBooks attract more than 2 million visitors from 175 countries on GlobalVillage.world

Founder Sven Boermeester has built an international team of valued partners that include experienced publishers and leading designers in more than fifty countries. Together, the team has published more than 180 editions in over 70 countries.

GLOBAL VILLAGE BOOKS ARE PUBLISHED IN FOUR UNIQUE SERIES:

| **THE BEST OF** — Celebrates 'The Best' of what the world's leading cities and regions offer in business, lifestyle, and investment.

| CITIES FINEST SERIES

| **INNOVATE** — Celebrates the Innovators and Innovations that drive the growth in each city and region.

| **DO IT, LIVE IT, LOVE IT!** — Celebrates the diverse lifestyle and community initiatives that make each city and region unique and special for visitors and locals to explore.

EXPANSION AND NEW TECHNOLOGY

Global Village is rapidly expanding with new publishing partners and new book concepts into 200 economic regions around the world.

Our 2019 series of books include a pioneering new technology allowing augmented reality videos to be embedded into its pages. Download the "Global Village AR" app on IOS or Android follow the play buttons and watch the pages come to life.
innovationhubusa.com

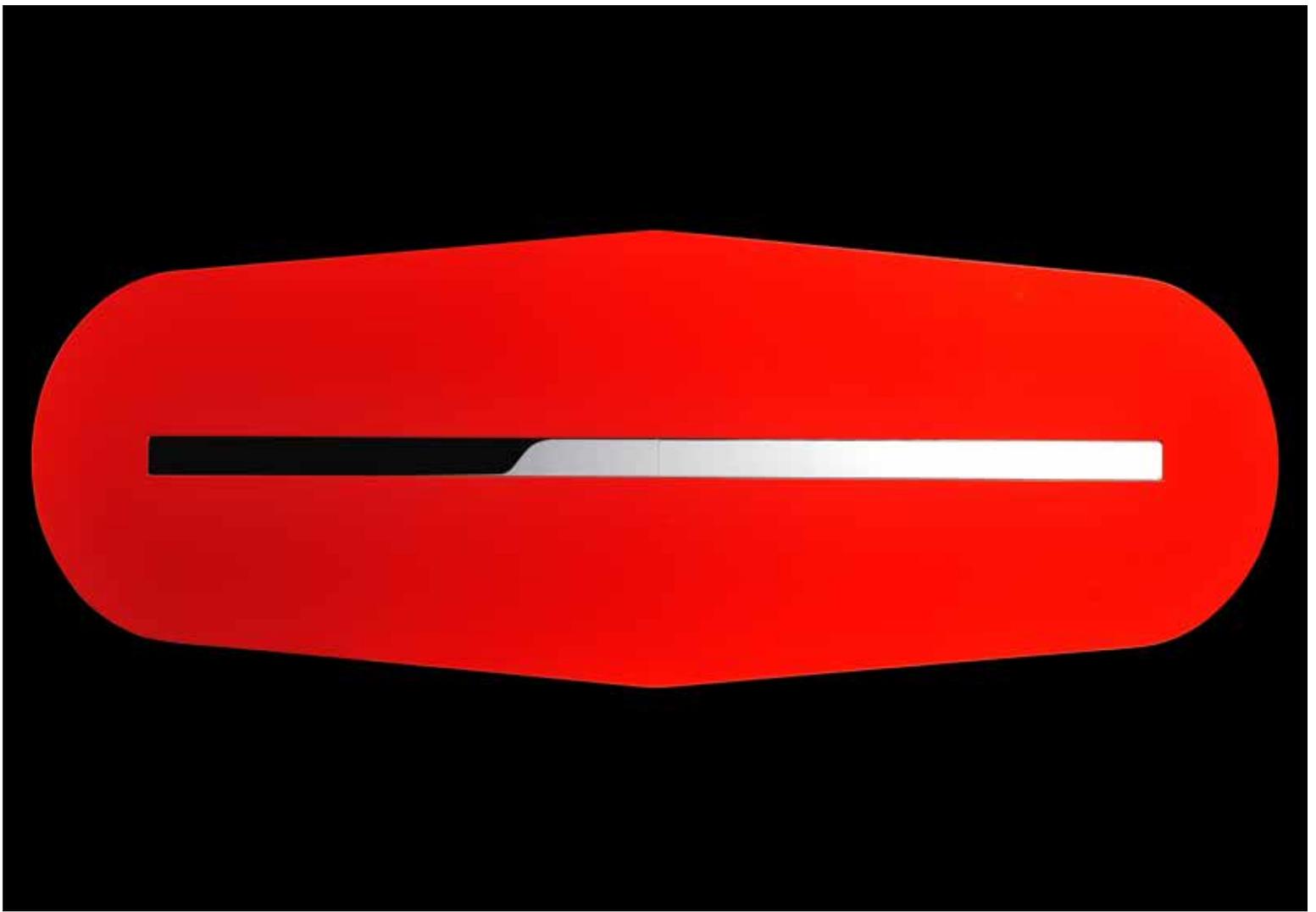
ME

RCI



—
ALI MAHDAVI
ali-mahdavi.com
—





—
GUY-LUCAS DE PESLOUAN
artsight.fr
—

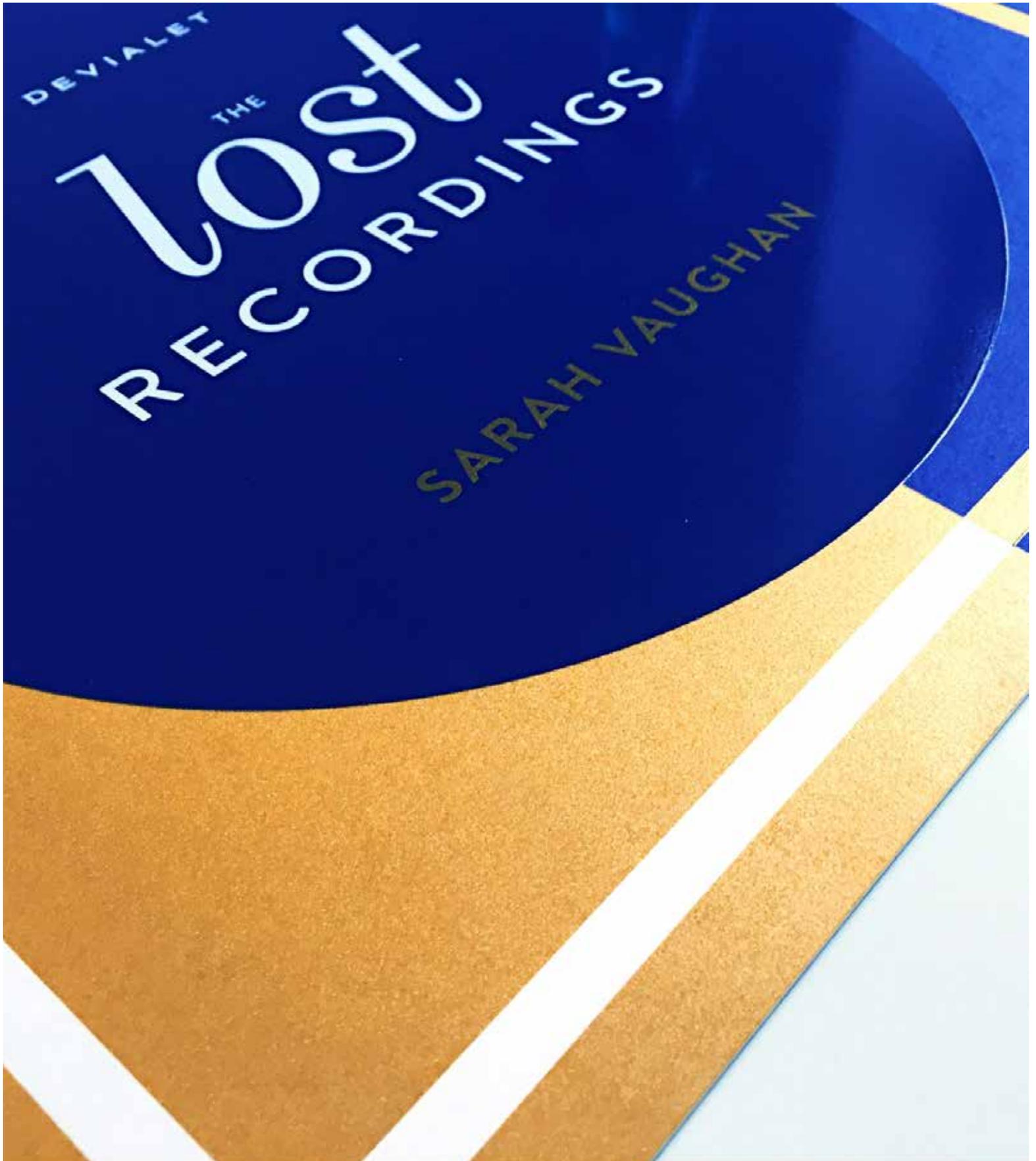


lect
mure
aone
on
ur

PHOTOGRAPHIES :
FRANCESCA MANTOVANI

READING WILD

—
FRANCESCA MANTOVANI
francescamantovani.com
—



helloélo

studio de création graphique | identité visuelle & image de marque

—
ÉLODIE CHAILLOUS-DE WITT
helloelo.fr
—

CHAPITRE

Distributeurs

—
DIFFUSION

LES DISTRIBUTEURS



L'ÉQUIPE DE
BEL'RP

REMERCIE CHALEUREUSEMENT
SES COMPLICES DE DIFFUSION

The Best Of Paris Team would like to warmly thank
their diffusion partners

PARTENAIRES
INSTITUTIONNELS



CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX



PARTENAIRES
PARTICULIERS

PRINTEMPS
P A R I S

M
M O M A G R O U P
P A R I S

luxaviation
your home in the skies



LES PALACES



PARK HYATT PARIS™

VENDÔME



LES HÔTELS



MANDARIN ORIENTAL
PARIS



NOLINSKI
PARIS



EVOK
hôtelscollection



UN
STYLE
DE VIE
À
PARIS



LES HÔTELS



HÔTEL PARTICULIER
MONTMARTRE



LA MAISON | CHAMPS ÉLYSÉES



Saint James Paris

Le **MERIDIEN**
ETOILE

**RELAIS
CHRISTINE**

Paris Rive Gauche - 1607



LES HÔTELS



HOTEL
**MONTE
CRISTO**
PARIS V^e

LE SINGULIER

— maison d'hôtel —

THE WESTIN
PARIS-VENDÔME



VILLA MADAME
PARIS SAINT GERMAIN DES PRÉS



HÔTEL LANCASTER
PARIS - CHAMPS-ÉLYSÉES

Castille Paris

PARIS





“Il était là, grave, immobile, absorbé dans un regard et dans une pensée.

Tout Paris était sous ses pieds, avec les mille flèches de ses édifices et son circulaire horizon de molles collines, avec son fleuve qui serpente sous ses ponts et son peuple qui ondule dans ses rues, avec le nuage de ses fumées, avec la chaîne montueuse de ses toits qui presse Notre-Dame de ses mailles redoublées.”

He was there, grave, motionless, absorbed in a look and a thought. All Paris was beneath her feet, with the thousand arrows of her edifices and her circular horizon of soft hills, with her river snaking under her bridges and her people waving in the streets, with the cloud of her fumes, with the mountainous chain from her roofs, which presses Notre-Dame with her doubled stitches.

NOTRE-DAME DE PARIS, VICTOR HUGO

