

15 NOVEMBRE 2016

Bpifrance a réuni hier les 13 entreprises Mode et Décoration de la Mission French Touch Corée qui partiront à Séoul du 11 au 16 décembre prochain.

Paris, le 15 novembre 2016 - Bpifrance encourage la croissance des entreprises de la mode et du patrimoine vivant et les accompagne à l'export en leur offrant un appui à la découverte de nouveaux marchés. La journée « warm up », qui s'est déroulée hier était spécialement conçue comme un sas préparatoire et immersif à leur déplacement en Corée. Il a permis de dévoiler les noms des 13 sociétés sélectionnées.

Ami, Bonne Gueule, Isaac Reina, Le Gramme, Lemaire, Meljac, Moissonier, Molli, Officine Générale, Rogier Pradier, Roseanna, Taillardat et Volevatch constituent la délégation Mode et Décoration qui se présentera pour la première fois sous la bannière French Touch afin de faire résonner au maximum les opportunités de visibilité créées par l'année France-Corée. La plupart des entreprises de la Mission sont déjà exportatrices mais n'ont pas encore ciblé la Corée dans leur démarche d'internationalisation. Or le pays offre de nombreux atouts pour les marques de la French Touch, avec 51 millions d'habitants, dont 25 vivent à Séoul, un niveau de vie moyen en croissance constante, lié à un appétit marqué des Coréens pour la mode et la décoration. Le marché du prêt-à-porter a atteint 20.6 mds d'euros en 2015 avec une croissance de 3% par an depuis 5 ans. Le marché du mobilier et de la décoration d'intérieur ont atteint 7.1 mds d'euros en 2015 et devrait encore croître, en écho à l'occidentalisation rapide des modes de vies des jeunes coréens et à un goût pour le design de plus en plus prononcé.

Cette journée warm up a permis aux 13 entreprises de la Mission de se connaître, d'appréhender rapidement les grandes caractéristiques du pays et d'affûter leurs argumentaires spécifiques pour la Corée. Elles ont également bénéficié des retours d'expériences des dirigeants de l'entreprise Bonton et la Maison du Chocolat, ayant toutes deux réussi leur implantation dans le pays.

Pour **Fanny Letier**, directrice exécutive Bpifrance pour l'investissement en fonds propres dans les PME et l'Accompagnement : « Ces 13 entreprises sélectionnées seront les ambassadeurs de la French Touch en Corée et incarnent l'innovation visible, symbole de créativité et de modernité. Les industries créatives représentent 5.3 % du PIB, plus de 500 000 entreprises et 1.7 millions d'emplois. Bpifrance y consacre 6.3 % de ses interventions totales avec 1.3 milliards d'euros. A l'international la French Touch est souvent associée aux grands groupes, les PME peuvent aussi y prendre des places de choix ! Pour cela il faut jouer collectif. C'est tout notre propos dans l'accompagnement que nous apportons aux entreprises du secteur ».



Les entreprises :

Téléchargez les fiches des entreprises

LEMAIRE

R
**ROGER
PRADIER**

M
1885
MOISSONNIER


VOLEVATCH
PARIS

MEL | AC ■
WEL | AC ■

Caillardat
'Dialogue avec le XVIII^{ème}'

ami

 **BONNE
GUEULE**

PARIS - FRANCE
ROSEANNA
5 RUE FROISSART

le
G A M E
R M

ISAAC REINA
Édition de sacs

**OFFICINE
GENERALE**
Paris
...

molli



À propos de Bpifrance

Bpifrance, filiale de la Caisse des Dépôts et de l'État, partenaire de confiance des entrepreneurs, accompagne les entreprises, de l'amorçage jusqu'à la cotation en bourse, en crédit, en garantie et en fonds propres.

Bpifrance assure, en outre, des services d'accompagnement et de soutien renforcé à l'innovation, à la croissance externe et à l'export, en partenariat avec Business France et Coface.

Bpifrance propose aux entreprises un continuum de financements à chaque étape clé de leur développement et une offre adaptée aux spécificités régionales.

Fort de 47 implantations régionales (90 % des décisions prises en région), **Bpifrance** constitue un outil de compétitivité économique au service des entrepreneurs. **Bpifrance** agit en appui des politiques publiques conduites par l'État et par les Régions pour répondre à trois objectifs :

- accompagner la croissance des entreprises ;
- préparer la compétitivité de demain ;
- contribuer au développement d'un écosystème favorable à l'entrepreneuriat.

Avec **Bpifrance**, les entreprises bénéficient d'un interlocuteur puissant, proche et efficace, pour répondre à l'ensemble de leurs besoins de financement, d'innovation et d'investissement.

Plus d'informations sur : www.bpifrance.fr — Suivez-nous sur Twitter : @bpifrance

Contacts presse :

Bpifrance

Anne-Sophie de Faucigny

Tél : 01 41 79 99 10

Mail : as.defaucigny@bpifrance.fr



La marque.....

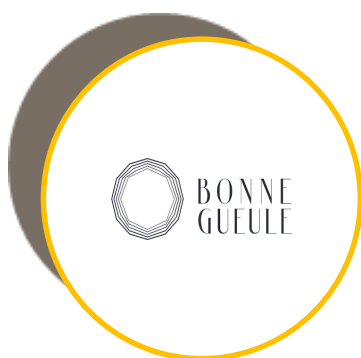
Fondée en 2010 à Paris par Alexandre Mattiussi, AMI propose un vestiaire d'amis à la fois chic et décontracté, des vêtements pour tous les jours inspirés par les garçons que l'on croise dans les rues de Paris. L'authenticité, la sincérité, le sourire et l'optimisme définissent l'univers AMI. En 2013, AMI remporte le prestigieux prix de l'ANDAM. La Maison compte aujourd'hui 300 points de vente à travers le monde, trois boutiques en propre à Paris, une boutique à Londres, une à Tokyo et une dernière à Hong Kong.



Les données clés...

Date de création: 2010
Effectif: 70 salariés

Contacts entreprise:
Alexandre Mattiussi - *Président fondateur*
Nicolas Santi Weil - *Directeur Général*
nicolas@amiparis.fr
6, rue des Arquebusiers
75003 PARIS



La marque.....

Née d'un blog de mode masculine fondé en 2007, BonneGueule est le 1^{er} média de mode masculine en France, avec une forte dimension communautaire et aucune publicité. En parallèle, BonneGueule crée et distribue sa propre marque de basics du vestiaire masculin, en e-commerce, via son propre réseau de boutiques, et via un programme de lecteurs ambassadeurs.

BonneGueule est parvenu à s'imposer comme un média prescripteur dans l'univers de la mode masculine en fédérant une large communauté d'internautes (3 millions de visiteurs annuels sur le blog). A l'offre de conseils mode dispensée sur le site (850 articles depuis la création) est venue s'ajouter depuis 2014 une ligne de prêt-à-porter masculin inspirée par les codes BonneGueule et commercialisée sur l'e-shop. D'autres canaux de distribution sont venus depuis s'ajouter à l'eshop : les boutiques physiques avec un premier point de vente en propre à Paris en 2015 dans le 3^{ème} arrondissement de Paris, suivi d'un second à Lyon en 2016 et, depuis cet été, la vente en showroom qui s'appuie sur un réseau d'ambassadeurs composés de leurs plus proches lecteurs.



Les données clés...

Date de création: 2013
Effectif: 11 salariés

Contacts entreprise:
Benoît Wojtenka - *Président*
benoit@bonnegueule.fr
Geoffrey Bruyère - *Directeur Général*
geoffrey@bonnegueule.fr
Elie Sebbag - *Directeur Associé*
elie@bonnegueule.fr



La marque.....

Des objets simples aux formes quasi industrielles où seuls les détails nécessaires sont préservés. Un vocabulaire qui s'éloigne de l'iconographie traditionnelle du luxe : supprimer les effets et garder l'essentiel.

Un accent sur l'artisanat et la qualité, la sensualité de la matière et la fonctionnalité.

Fondée en 2006, Isaac Reina est une marque éponyme française spécialisée dans la maroquinerie et les accessoires pour hommes et femmes. Le concept de la marque est de créer des objets simples, basiques et épurés. Chaque collection se compose d'une soixantaine de modèles avec une répartition équilibrée entre sacs et petite maroquinerie ainsi qu'entre l'homme et la femme.



Les données clés...

Date de création: 2006

Références commerciales: Colette, The Broken Arm, Jogging, Andreas Murkudis (Berlin), Mameg (Los Angeles), LaGarconne (New-York), Susan (San Francisco), Song (Vienne), Set&Sekt (Bâle), Number 4 (Koweït), Tomorrowland (Tokyo), Isetan (Tokyo), etc.

Contacts entreprise:

Sylvie Coumau - *Directrice Générale*
sylvie.coumau@me.com
12, rue de Thorigny
75003 Paris



La marque.....

En écho à la dimension rationnelle et logique de l'univers masculin ; cette unité scientifique devient source d'inspiration et de poésie : chaque référence est nommée par son poids, chaque grammage donne naissance à un modèle différent. Objet architectural déployé dans sa réflexion, création à la simplicité irréductible, le gramme réintègre formes élémentaires et noblesse de la matière. Alliance de simplicité et de jeux de miroirs, le gramme évoque l'idée de monade, une unité ultime et essentielle, incorruptible, mais qui multipliée, fabrique une entité, un tout, une communauté.

Marque lifestyle pour homme, LE GRAMME s'est d'abord fait connaître par ses variations de bracelets et d'anneaux aux lignes minimales et architecturées, et aborde depuis peu l'univers de l'écriture.

Les créations sont façonnées à la main par des ateliers français reconnus pour leur excellence.



Crédit Photo: Victoire Le Tarnec

Les données clés...

Date de création: 2012

60% du CA à l'export

Références commerciales: Colette, Le Bon Marché, Printemps, Mr Porter (UK et US), Neiman Marcus, Meister, Barney's, etc.

Contacts entreprise:

Erwan Le Louër – *Président*

erwann@legramme.com

Adrien Messié - *Directeur Général*

adrien@legramme.com

59, rue Beaubourg

75003 Paris

LEMAIRE

La marque.....

Chaque saison, Lemaire présente des collections homme et femme de qualité aux détails attentifs pensés pour le quotidien. Le vestiaire se compose de vêtements singuliers aux lignes sereines et contemporaines influencés par les rues parisiennes cosmopolites d'hier et d'aujourd'hui. Lemaire est un projet collectif et indépendant conduit par Christophe Lemaire et Sarah-Linh Tran accompagnés d'une équipe rassemblée autour d'une philosophie commune de travail dont le vêtement est le cœur. Les collections sont dessinées et développées à Paris dans le quartier du Marais à quelques pas de la boutique historique du 28 rue de Poitou.

**Les données clés...**

Date de relance: 2010
Effectif: 25 salariés
CA 2016 p.: 10 M€

Contacts entreprise:
Bastien Daguzan - Directeur Général
bastien@lemaire.fr
170, rue du Temple
75003 Paris



La marque.....

Design sobre et épuré, matériaux nobles et finitions raffinées sont les codes qui représentent la marque. Non seulement connu pour sa fabrication de qualité, MELJAC est aussi le précurseur de l'interrupteur haut de gamme en France.

L'idée novatrice d'André BOUSQUET a été d'utiliser des matières plus nobles que le plastique pour sa gamme d'interrupteurs et autres fonctions afin de mettre en valeur les intérieurs de caractère. Inspiré par l'art de vivre des années 30, symbolisé par le levier « goutte d'eau », MELJAC a su créer un produit à base de laiton, élégant et intemporel, qui complète harmonieusement tout style de décoration. Aujourd'hui, cette innovation reste sa force.



Les données clés...

Date de création: 1995
Effectif: 65 salariés
CA 2015: 6,5 M€

Contacts entreprise:
André Bousquet - Président Fondateur
Jean-Michel Lagarde - Directeur Général
jm.lagarde@meljac.com
3, rue de la Procession
75015 Paris



La marque.....

Depuis 1885, Moissonnier perpétue un savoir-faire d'excellence de l'ébénisterie française en France dans ses ateliers de Bourg-en-Bresse. Distinguée par les labels « Entreprise du patrimoine vivant » et « Atelier d'art de France », Moissonnier est aujourd'hui une estampille du luxe français.

Au carrefour des styles historiques et de l'avant garde esthétique, la marque trace son propre chemin balisé par le rêve, l'émotion, l'éclectisme mais aussi l'exigence de la belle facture et de la commande spéciale.

Moissonnier développe ainsi des collaborations avec des architectes d'intérieur dans le monde entier pour des projets résidentiels ou l'hôtellerie de luxe.

Moissonnier : Collections & commandes spéciales-Résidentiel & hôtellerie de luxe-Made in France.



Les données clés...

Date de création: 1932

Effectif: 32 salariés

Contacts entreprise:

Jean-François Perche - PDG

67, avenue Maginot

01000 Bourg-en-Bresse

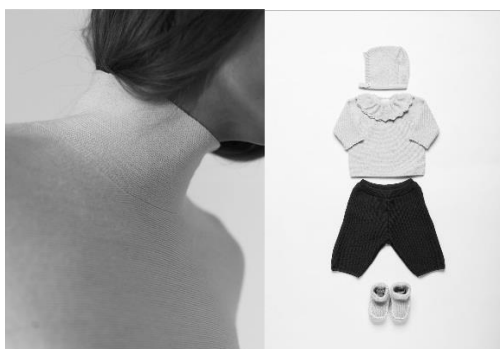


La marque.....

« Tricoté en Suisse depuis 1886, Molli est la Rolls de la maille, le nec plus ultra du point mousse boutonné de nacre, le summum de la bonneterie d'élite (...) » (Louis Vuitton, Paris City Guide 2016).

Molli propose les incontournables du vestiaire féminin tricotés en point mousse Molli (tops seconde peau sans coutures, *sweater* en pure laine vierge...) et des créations saisonnières travaillées dans des volumes et points raffinés (tops à effet de col et manches, robes et jupes moelleuses à twister à l'envi...). Molli propose également sa collection iconique de maille pour la naissance (0-12 mois) qui a fait la renommée de la maison. Tous les points de maille sont développés par le studio de création Molli basé à Paris en collaboration étroite avec des ateliers en France et en Italie, avec des fils choisis par Molli et des détails mis au point par Molli. Un savoir-faire unique qui assure une maille impeccable et des modèles très raffinés.

La marque est distribuée dans deux boutiques en propre à Paris, également sur Molli.com et dans quelques multimarques sélectifs notamment le Bon Marché.



Les données clés...

Date de création: 1886
Relance 2015
Effectif: 5 salariés

Contacts entreprise:
Charlotte de Fayet - Gérante et DA
charlotte.de.fayet@molli.com
39, avenue George V
75008 Paris



La marque.....

L'ADN d'Officine Générale est composé d'une dominante: l'authenticité.

La marque a remis la qualité au cœur du débat. La marque Officine Générale s'articule autour de 3 temps: la volonté de créer le vestiaire de l'homme contemporain, en puisant dans les sources incontournables du passé, et ce afin de donner un futur à l'utilisation de ce vestiaire.

Fondée par Pierre Mahéo en 2012, Officine Générale est distribuée au travers de ses deux boutiques parisiennes et est également implantée dans près de 100 points de vente dans le monde, parmi les plus prestigieux. La marque est ainsi présente chez Barney's, Bergdorf Goodman aux USA, au Bon Marché à Paris, chez Antonia à Milan ou encore sur le site de Mr Porter.



Les données clés...

Date de création: 2012
94% du CA réalisé à l'export

Contacts entreprise:
Pierre Maheo - Fondateur/Directeur Artistique
pierre@officinegenerale.com
29, rue de Buci
75006 Paris



La marque.....

Roger Pradier, créateur d'éclairage extérieur made in France depuis plus de 100 ans, reconnu « Entreprise du Patrimoine Vivant », possède des compétences d'excellence dans le domaine du design et de la fabrication de luminaires. Le succès de l'entreprise réside dans la sauvegarde des techniques de fabrication dérivées de la ferblanterie.

Roger Pradier, c'est une équipe d'hommes et de femmes de talent qui par leur expérience, leur savoir-faire, leur culture du métier et du geste ont été à la base des collections historiques et ont permis à l'entreprise de s'affirmer en France et à travers le monde comme référence du goût et du raffinement à « la Française » tout en ouvrant la voie vers des nouvelles créations.

Avec une production de 60 000 luminaires par an pour une entreprise de moins de 50 salariés, le nom de la société est devenu à lui seul synonyme d'éclairage extérieur.



Les données clés...

Date de création: 1910
Effectif: 50 salariés

Contacts entreprise:
Christian Lombardet - PDG
46, avenue d'Occitanie
36250 Saint-Maur



La marque.....

Depuis ses débuts, Roseanna n'a cessé d'évoluer tout en gardant un style singulier, mêlant des inspirations diverses pour habiller une femme urbaine, indépendante et audacieuse. Au-delà de la mode, c'est un style de vie qui se lit et se découvre. Roseanna puise son inspiration dans la culture d'hier comme celle d'aujourd'hui. Dans le plaisir et la nostalgie avec le goût du beau et la curiosité comme moteur.

La marque Roseanna, née en 2007, est la contraction du surnom des deux créatrices, Roxane Thiery et Anne-Fleur Broudehous. Ces deux amies d'enfance démarrent l'aventure avec une collection de swimwear, qu'elles étoffent au fur et à mesure des saisons. Elles proposent aujourd'hui un vestiaire féminin complet, « Made in France », composé de vêtements de prêt-à-porter auxquels s'ajoutent de la lingerie, des chaussures et des accessoires.

Aujourd'hui, la société conçoit, fait fabriquer et commercialise ses collections. La marque exporte près de 50 % de son chiffre d'affaires. Elle est distribuée dans plus d'une centaine de magasins multimarques sélectifs et de grands magasins à travers 16 pays. Elle est également commercialisée au travers de la boutique en ligne de la marque.

La première boutique Roseanna a ouvert ses portes au 5, rue Froissart Paris 3 en septembre 2016.



Les données clés...

Date de création: 2007

130 Points de vente

Références commerciales: Le Bon Marché, Merci, Galeries Lafayette, Barneys (USA), Icon (Bruxelles), Ekseption (Madrid), Tomorrow Land (Tokyo), Journal Standard (Tokyo), Beaker (Séoul)

Contacts entreprise:

Anne-Fleur Broudehous - *Présidente*
annefleur@roseanna.fr

Roxane Thiery - *Directrice Générale*
roxane@roseanna.fr

40, bis rue du Faubourg Poissonnière
75010 Paris



La marque.....

La Maison Taillardat est spécialisée dans la conception et fabrication de meubles de style haut de gamme pour les projets de décoration de prestige : palaces, demeures privées ou résidences officielles. Savoir-faire traditionnels, raffinement des matériaux et excellence de la fabrication sont les maîtres mots de la démarche de la Maison Taillardat et de l'ensemble de ses collaborateurs.

Riche d'un catalogue de près de 350 modèles, nous sommes au service des décorateurs et architectes d'intérieur pour leur permettre de mener à bien les projets que leur confient les clients les plus exigeants. Chaque meuble ou siège est produit à la demande avec des finitions déterminées par nos clients. Nous réalisons également des meubles entièrement sur mesure.

Basée à Orléans (1 heure au sud de Paris), La Maison Taillardat dispose d'un show-room 44 Avenue Marceau – 75008 Paris. Exportant 70% de notre production, nous sommes en mesure de travailler dans le monde entier !



Les données clés...

Date de création: 1987

Contacts entreprise:

Martin Pietri - *Président*

Micheline Taillardat - *Directrice Générale*

44, avenue Marceau

75008 Paris



La marque.....

Aujourd'hui, les clients les plus prestigieux à travers le monde exigent la signature Volevatch, synonyme de luxe, d'excellence et de beauté. Ainsi, architectes, familles royales, personnalités des arts, Palaces, esthètes, tous viennent y trouver cette esthétique unique de haute qualité et ressentir cette émotion rare comme seule la vision d'une œuvre d'art est capable de susciter.

Offrir ce qui se fait de mieux, faire de chaque pièce unique une œuvre d'art dont l'artisan en serait l'artiste, tendre au sublime, provoquer l'émotion, telle est notre philosophie gravée dans l'ADN de Volevatch

Volevatch est spécialisée depuis 40 ans dans la création et fabrication, exclusivement française, de pièces d'exception (robinetterie, accessoires, sèche-serviettes et pièces sur mesure) pour la salle de bains et la cuisine. En 2006, Volevatch a été l'une des premières maisons à être reconnue en tant **qu'Entreprise du Patrimoine Vivant** et en 2011, à être inscrite à l'inventaire des Métiers d'Art Rares dans le cadre de la sauvegarde du patrimoine culturel et immatériel de l'UNESCO.



Les données clés...

Date de création: 1994

Effectif: 50 salariés

Contacts entreprise:

Igor Volevatch - *Président Adjoint*

i.volevatch@volevatch.fr

108, rue du Cherche-Midi

75006 Paris