

connaissance des arts

hors-série

Le luxe français
ACTEUR DE
LA CRÉATION
DURABLE

COMITÉ
COLBERT 2023



COMITÉ COLBERT

Le luxe français, acteur
de la création durable



2023

Avec ses 93 Maisons de luxe françaises, ses 17 institutions culturelles et ses 6 membres européens, le Comité Colbert possède la force d'un collectif qui partage la même ambition : être un référent en matière de responsabilité sociale, sociétale et environnementale. Autour de quatre thématiques : éco-conception, gestes verts, *upcycling* et remise à neuf, les Maisons échangent sur leurs actions en matière de développement durable.

Textes :

Axelle Corty, Anne Daubrée,
Armelle Fémelat, Marion Perrier,
Diane de Contades

Coordination : Diane de Contades

A portrait of a woman with short, wavy blonde hair, smiling slightly. She is wearing a light blue button-down shirt with a small black bee logo and 'CD' on the left chest, a long gold chain necklace, and dark trousers. Her hands are in her pockets. The background is a blurred outdoor setting.

*« Les entreprises françaises
du luxe doivent prendre
le leadership de la responsabilité
environnementale et sociale. »*

Le Comité Colbert place la responsabilité sociale des entreprises (RSE) au cœur de ses actions. Pour sa déléguée générale Bénédicte Epinay, le secteur du luxe français doit prendre le *leadership* sur ces questions de la même manière qu'il est pionnier sur la question de la transmission des savoir-faire.

Propos recueillis par Axelle Corty

Quelles sont les actions du Comité Colbert en faveur du développement durable ?

À travers des groupes de réflexion, la question de la responsabilité environnementale et sociale de nos maisons se pose depuis plus de vingt ans au sein du Comité Colbert [en 2023, quatre-vingt-treize entreprises du luxe et dix-sept institutions culturelles françaises sont membres de cette association loi de 1901 qui vise à faire rayonner le secteur français du luxe, ndlr]. Depuis la pandémie, les choses se sont accélérées. Une Commission Développement durable a vu le jour en 2020. Pour lui conférer une dimension inédite, nous avons souhaité que seuls les présidents de nos maisons membres y siègent, marquant ainsi le nécessaire passage de la réflexion à l'action. De nombreuses rencontres se sont tenues dans le but de partager des bonnes pratiques inspirantes, à l'instar de Chloé, par exemple, qui a obtenu le label B Corp distinguant les entreprises œuvrant pour le bien commun. En 2021, puis en 2022, nous avons produit deux rapports RSE pour témoigner des actions mises en place par nos membres. Un manifeste a également vu le jour, le premier à réunir l'ensemble de nos

maisons afin de témoigner de notre volonté commune d'œuvrer à la protection des écosystèmes naturels, de participer à la lutte contre le dérèglement climatique et de développer des perspectives d'avenir pour les jeunes.

Aujourd'hui, la dynamique dans laquelle nos maisons sont engagées concerne l'ensemble du cycle de vie des produits, de la provenance des matières premières à la réduction des emballages, sans oublier la question des transports, en passant par la relocalisation des manufactures. Les progrès intègrent désormais « la vie d'après », avec la réparabilité et la seconde main. Enfin, pour la première fois, nous avons pris collectivement la parole à l'université de la Terre, en partenariat avec l'Unesco, au mois de novembre. Des présidents de nos maisons et des directeurs de la RSE sont venus témoigner de leurs actions devant un large public venu du monde entier.

Pouvez-vous donner quelques exemples des actions présentées à l'université de la Terre ?

Lancôme a évoqué sa culture des plantes à parfums près de Grasse, Hermès est revenu sur l'impact sociétal de l'ouverture de nouvelles manufactures en

France, le château de Versailles a expliqué les bienfaits de l'abandon de tout pesticide dans le parc et le potager de la Reine, Kering a fait le point sur ses recherches sur les matériaux de demain, comme les substituts au cuir. Nous avons aussi exposé certains de nos produits éco-conçus, par exemple l'étui « seconde peau » en papier qui emballe les bouteilles de champagne Ruinart ou les bijoux de Boucheron en Cofalit®, cette matière qui ressemble à l'obsidienne, réalisée à partir de déchets industriels incinérés.

Est-ce que dans le domaine du développement durable l'évolution des usages et des esthétiques est un enjeu aussi important que les technologies ?

C'est une certitude. Il s'agit pour nos maisons de rendre désirables des produits éco-conçus et de conférer une noblesse à de nouveaux matériaux. Le mouvement dans lequel elles sont engagées les oblige à sortir de leur zone de confort, or la création se nourrit de l'inconfort. La période est passionnante en termes d'esthétique et de technique, les deux étant pour moi absolument liés. Nous allons au-devant de défis qui vont, je l'espère, révolutionner notre industrie.

Scrutées, copiées, les maisons du luxe occupent le devant de la scène médiatique. Est-ce que cela leur confère une responsabilité particulière ?

Absolument. Les entreprises françaises du luxe doivent prendre le *leadership* de la responsabilité environnementale et sociale.

Nos deux études très récentes* sont venues confirmer et chiffrer les attentes très fortes des consommateurs concernant notre devoir d'exemplarité, au regard de nos prix, de nos moyens et de notre aura internationale.

En France, 80 % des consommateurs de produits de luxe, 83 % aux États-Unis et jusqu'à 93 % en Chine, considèrent que le luxe doit donner l'exemple. La surprise est venue de la Chine où 90 % des clients déclarent choisir en priorité des produits de luxe responsables, réparables pour être transmis car ils représentent un investissement sur le long terme.

La durabilité dans son aspect lié au temps long est intrinsèque à notre industrie. Nos maisons portent les valeurs du temps long dans leur histoire (certaines ont des siècles d'existence), leur ancrage territorial et leurs savoir-faire transmis et préservés au fil du temps.

Mais l'acquis ne suffit pas, il reste beaucoup à faire sur la recherche de matériaux de substitution et de nouvelles manières de produire dans le respect de la planète.

Le geste artisanal a-t-il un rôle à jouer dans cette transition ?

Oui et c'est déjà le cas. Les artisans de nos maisons jouent par exemple un rôle important, par leurs gestes, dans la préservation des ressources au quotidien, en limitant les déchets. Ainsi, dans les

cuisines de nos palaces, on imagine des recettes « zéro déchets », en utilisant la totalité des ingrédients. Chez Hermès, la mise en commun des rebuts de matières premières des différents métiers a donné naissance à une marque *Petit h*. L'abandon de certains intrants pour le tannage du cuir ou la fabrication du cristal, entre autres, pourrait être l'occasion de questionner les gestes des artisans. Parfois avec un retour à ceux du passé comme c'est déjà le cas dans la vigne ou bien en imaginant de nouveaux gestes pour accompagner le travail des matériaux de substitution. Il y a deux ans nous avons écrit que le luxe est le plus ancien secteur d'avenir, c'est particulièrement vrai pour le geste artisanal qui a de beaux jours devant lui !

* Étude IFOP octobre 2021 ; Étude BCG juin 2022.





Conception

Démarche qui permet de réduire les impacts négatifs d'un produit, d'un service ou d'un bâtiment sur l'environnement durant tout son cycle de vie, mais en conservant ses qualités d'usage.

RUINART

Ruinart, la plus ancienne maison de champagne, est établie à Reims depuis 1729. Voilà une vingtaine d'années que la Maison mène une démarche globale de réduction de son impact écologique, entre autres avec des pratiques de viticulture durable. Depuis 2011, elle travaille à réduire son packaging, part la plus importante de son empreinte carbone. Cette démarche a mené en 2020 à la création du sobre étui « Seconde Peau », un jalon dans l'histoire du luxe responsable.



En 2022, l'étui « Crayères », imaginé pour servir d'écrin aux bouteilles de la cuvée Dom Ruinart 2010 et signaler l'importance de ce millésime, marque le retour à un procédé ancestral de vieillissement des flacons sous bouchon de liège. « *Cet étui est une sculpture entièrement en papier, avec un bouton d'attache qui permet de l'ouvrir et de le refermer* », explique Violaine Basse, directrice marketing et communication de Ruinart, qui a collaboré à sa création. « *Pour cette invention qui a demandé deux ans et demie de recherche et développement, nous n'avons pas déposé de brevet. Nous voulons inciter d'autres maisons à suivre notre démarche.* » Onze fois plus léger que l'ancien coffret du Dom Ruinart, l'étui représente une réduction d'empreinte carbone de 62 %. Sa forme, obtenue par un procédé de compression, dans des moules, de pulpe de papier, naturellement blanc, non chloré, évoque les parois des crayères de Reims. Dans ces paysages souterrains à l'hygrométrie particulièrement stable, carrières de craie creusées par l'homme dès le Moyen Âge, reconnues comme patrimoine exceptionnel par l'Unesco, Ruinart laisse vieillir ses bouteilles.

Ruinart

P assée par la Chambre syndicale de la couture puis le Central Saint Martins College of Art and Design de Londres, Émilie Jacquet est directrice du studio maroquinerie de Longchamp depuis 2018. « Une stratégie d'entreprise écoresponsable est indispensable et fondamentale à mes yeux. J'essaie d'appliquer dans mon travail mes engagements personnels », souligne celle qui a fait, avec son équipe, sortir du studio en 2019 le *My Pliage Signature*, sac sur mesure personnalisable en toile 100 % polyester recyclé, avec un système d'impression sans utilisation d'eau. Ce fut un tremplin pour les sacs suivants. En 2021, le *Pliage Green*, biosourcé, avec un fil 100 % recyclé (fabriqué entre autres à partir de déchets plastiques collectés dans les océans), a donné l'élan à l'adaptation de ce procédé de fabrication à toute la gamme des *Pliages*. Grande satisfaction du studio : avoir créé du durable en respectant parfaitement l'esthétique originelle. Longchamp étend cette démarche sur tous ses produits aussi bien le PAP, que les accessoires ou encore les lunettes. Ces dernières sont en polyester recyclé et en résine végétale fabriquée à partir d'huile de ricin, limitant l'usage des produits issus du pétrole.



LONGCHAMP
PARIS

LONGCHAMP

À sa création en 1948, Longchamp fabriquait d'élégantes pipes gainées de cuir. La construction de l'aérogare sud de l'aéroport d'Orly, inauguré par Charles de Gaulle en 1961, inspire au fondateur de l'entreprise, Jean Cassegrain, de s'orienter vers la fabrication de bagages pratiques et élégants. Il y a trente ans, Longchamp a intégré l'éco-conception à sa création avec le sac *Pliage*, imaginé pour générer le moins de chutes possible et devenu un classique de la mode française. Le développement durable demeure un pilier de sa stratégie de développement.





Les activités de Louis Vuitton se développent sur un champ vaste, du bagage, ancrage historique de la Maison depuis 1854, à la mode, la haute joaillerie, et jusqu'à la chocolaterie et la restauration éphémère. L'entreprise utilise quelque 500 matières premières.

« *J'adore la complexité* », sourit sa directrice du Développement durable Christelle Capdupuy. Ingénieure chimiste, diplômée d'un master en Développement durable à Centrale Paris, elle crée les directions Développement durable de plusieurs multinationales françaises avant d'arriver chez Louis Vuitton. En 2022, la Maison a atteint, entre autres actions, le taux de 78 % d'approvisionnement en matières premières certifiées, visant l'objectif de 100 % en 2025. « *Notre approche des impacts environnementaux est systémique. Il ne s'agit pas de faire plus, mais différemment et partout. La créativité doit être circulaire.* » Par exemple, la seconde vie des équipements des vitrines et défilés sous forme de don à des associations impacte leur conception même, notamment le choix des matériaux. « *On peut alors multiplier par dix la réutilisation des matériaux.* »

LOUIS VUITTON

LOUIS VUITTON

Dans la lignée des objectifs fixés en 2015 par l'Accord de Paris pour le climat, Louis Vuitton s'est engagé à réduire de 55 % ses émissions de CO₂ d'ici 2030. Sa direction Développement durable, créée en 2018, structure cette démarche et travaille avec les différents départements de la Maison, au niveau mondial, à réduire l'impact environnemental de l'entreprise, qui recense quelque 33000 collaborateurs dans une soixantaine de pays.





ERES

Piloté par Marie-Paule Minchelli, qui veille à ce que l'éco-conception soit au cœur de la création, le Studio ERES intègre toujours plus de matières éco-responsables dans ses collections, réutilise les matières d'archives et optimise son stock de fournitures. Matière exclusive de la marque pour le maillot, la Peau Douce s'est muée depuis l'été 2022 en Peau Douce Naturelle, une matière dont 84 % de polyamide sont issus de l'huile de ricin. Fin 2023, elle représentera plus de 80 % des pièces de maillots.

« **F**aire en sorte que la Peau Douce Naturelle soit de plus en plus présente dans les collections et s'assurer qu'elle réponde toujours aux exigences de qualité et aux attentes de nos clientes », telle est la mission de Stéphanie Van Ruyskensvelde, directrice des Opérations produits et Supply chain chez ERES depuis 2022. Avec un « devoir de veille », pour aller « toujours plus loin dans la transformation vers des matières toujours plus vertueuses grâce aux nouvelles connaissances et techniques ». L'échange et le collaboratif sont au cœur de la stratégie de cette cheffe d'orchestre de la production et de la logistique. « Un travail de collaboration et de partage permanent permet d'envisager des transformations intéressantes et progressives. Cela force à innover et à être créatif. » Jusque dans le domaine social. « Nous privilégions les "Made in" de proximité (France et Italie) avec un impact carbone plus bas, et nous entretenons des collaborations de longue durée avec tous nos partenaires. »



ERES

BONPOINT

Bonpoint œuvre à travers chacune de ses créations à enchanter l'univers du luxe en faisant la part belle aux fibres naturelles, durables ou aux matières recyclées tout en soutenant l'artisanat local dans le monde.

Fabriquées avec précision et attention, les créations Bonpoint se transmettent de génération en génération, pour une vision plus pérenne de la mode.

Héritier de savoir-faire d'excellence, Bonpoint accompagne les familles dans une consommation engagée et responsable.



Directrice des ressources humaines et de la RSE de Bonpoint, Muriel Tollari donne l'impulsion aux équipes qui s'investissent dans le « *processus d'amélioration continue permettant d'utiliser des matières plus durables et écoresponsables.* » Comme le coton bio dans lequel sont confectionnés les bodys naissance. « *Notre ADN est d'utiliser des matières nobles, naturelles, pérennes, qui ont toujours poussé à une forme d'éco-conception* », rappelle-t-elle. Sans oublier « *le recours à des savoir-faire d'excellence* ». Muriel Tollari est l'une des initiatrices du programme Bonpoint Cherrysh, créé en mars 2020, lors du premier confinement, qui repose sur trois piliers : assurer le développement individuel et la performance collective par un engagement global et mutuel, réduire l'empreinte environnementale de l'ensemble de la chaîne de valeur et nourrir des partenariats durables avec des fournisseurs aux pratiques éthiques. Ce qui a pris la forme, entre autres, de formations de sensibilisation au développement durable et d'ateliers « fresque du climat ».

Bonpoint

Pour cet ancien danseur « arrivé à la chaussure par jeu », « les changements de mode de vie sont des moteurs ». Conscient du fait que « l'écoresponsabilité est une question à laquelle on ne peut plus échapper », Pierre Hardy reconnaît : « Moi, en tant que créateur, ça m'a poussé dans des limites qui m'intéressent », « et c'est rapidement devenu ludique », embarquant toute son équipe dans l'aventure Planet. Son idée ? « Proposer une capsule de modèles iconiques réalisés le plus vertueusement possible. En repensant chaque détail, chaque étape et en se demandant comment les rendre écoresponsables, jusqu'au point d'équilibre entre le style, la ligne et le développement durable tout en restant fidèle à son allure. » Soit l'utilisation de gomme recyclée et recyclable pour les semelles, de nylon régénéré et de petites quantités de cuir au tannage végétal, sans chrome ni métal pour les doublures. Même les boîtes sont fabriquées localement, en papier certifié FSC, et les pochons en nylon recyclé. Car le luxe vertueux l'est jusque dans les détails.



PIERRE HARDY

MAISON PIERRE HARDY

Maison de création, Pierre Hardy fabrique des chaussures, des baskets et des sacs préalablement commandés. Durant le confinement, son créateur imagine la collection capsule Planet, en déclinant certains modèles de baskets et de chaussures dans des matériaux écologiques, recyclés et recyclables et selon des pratiques les plus écoresponsables possible. Oh ! combien symbolique, son logo – deux faces du cube iconique de la Maison qui embrassent une planète ronde – donne la direction à suivre.



Ingénieur de formation, le jeune directeur des opérations Charles Bernardaud assume ses accointances avec les problématiques techniques et industrielles. Entre autres missions, il pilote le développement industriel de l'entreprise tourné vers une amélioration de son empreinte écologique et accompagne le développement de nouveaux usages du matériau comme les conditionnements, renouant ainsi avec la tradition des contenants hauts de gamme en porcelaine. Autant de « *pots pour des cosmétiques, des flacons pour des vins ou des spiritueux, qui ne sont pas destinés à être jetés, mais rechargés* ». « *Leur conception complexe nous force à gagner en technicité et en performance* », insiste-t-il.

BERNARDAUD



BERNARDAUD

Depuis cent soixante ans, Bernardaud produit à Limoges des pièces « *conçues pour durer* » et vertueuses pour l'environnement. Surnommée « *or blanc* », la porcelaine est en effet un matériau d'avenir incontournable étant durable par nature, composée à 100 % de minéraux (50 % kaolin, 25 % feldspath, 25 % quartz). La Maison est aussi engagée dans une politique environnementale ambitieuse et multiplie les initiatives pour alléger son empreinte carbone, ayant par exemple récemment intégré un groupement d'entreprises pouvant acheter de l'énergie photovoltaïque locale en circuit court.





GUERLAIN

Référence et pionnière de la beauté durable, Guerlain a depuis 2017 initié une démarche d'éco-conception appliquée à l'ensemble de ses productions. Parfums *Aqua Allegoria*, pots des cosmétiques *Abeille Royale* ou *Orchidée Impériale*, tous voient leur impact environnemental amélioré, en réduisant les volumes et poids des contenants et l'utilisation des plastiques vierges fossiles, en recourant aux matériaux biosourcés ou à des flacons rechargeables par exemple, sans renoncer à la préciosité mais en réinventant l'expression du luxe.

Passée par la finance verte et le WWF, Cécile Lochard, également autrice de *Luxe et développement durable : la nouvelle alliance*, rejoint Guerlain en 2019. Aujourd'hui directrice du développement durable de la maison à l'abeille, elle en pilote les efforts pour préserver la biodiversité, agir pour le climat, développer un impact sociétal positif et innover de manière durable. « *Cela encapsule tous les bénéfices des travaux menés tant sur les formules, que sur le packaging auxquels nous ajoutons une démarche de transparence* », explique-t-elle. Les contenants de certains produits de la gamme ultra-premium d'*Orchidée Impériale Black*, fabriqués en porcelaine de Limoges par la maison Bernardaud et déclinés en éditions artistiques signées par exemple Li Hongbo ou Kevin Germanier sont ainsi devenus rechargeables. « *Les artistes se bousculent pour réinterpréter cette jarre éco-conçue* », souligne Cécile Lochard en rappelant que si l'éco-conception a conduit Guerlain à « *casser les codes du luxe* », elle constitue aujourd'hui « *le sens de l'histoire* ».



GUERLAIN
PARIS

CARON

Créée en 1904, la Maison parisienne de parfumerie Caron vit depuis 2018 au rythme du binôme créatif formé par la femme d'affaires Ariane de Rothschild et le parfumeur Jean Jacques. Ensemble ils œuvrent pour un luxe responsable et engagé. Des flacons à la formulation des parfums, la Maison Caron associe une démarche écoresponsable à la Haute Parfumerie française : emballage éco-conçu, flacons ressourçables en boutique, recharges en aluminium et *sourcing* vertueux.



L'engagement responsable fait partie de l'ADN de la Maison Caron. En témoigne depuis 1982 le remplissage en fontaine des parfums iconiques tels que *Aimez-moi comme je suis* et la *Collection Merveilleuse*. Pour Jean Jacques, le parfumeur Maison, « le choix des matières premières est une préoccupation au quotidien. Je privilégie systématiquement un ingrédient naturel, éthique et responsable, disposant du label *For Life* (de EcoCert) ». Partenaire du laboratoire Monique Remy Naturals pour élaborer sa palette de matières premières, Jean Jacques a à cœur d'élaborer sa sélection d'ingrédients en toute humilité et transparence. « Je privilégie les circuits courts. Toute l'essence de la lavande utilisée dans le parfum Pour un Homme, surdosée à 61 %, vient des champs du producteur français Jérôme Boenle. » Rose, fleur d'oranger, santal et vétiver font également partie de ses ingrédients fétiches. La Maison Caron est toujours à la recherche de collaborations responsables. Depuis 2020, elle collabore avec l'association Cœur de Forêt.

CARON
PARIS 1904

Directrice du département textile de la Maison Lesage, Laura Arguelles se présente comme « le chef d'orchestre de l'éco-conception au sein de Lesage ». « Je donne le tempo aux filateurs et aux tisseurs : nous avançons ensemble dans cette démarche vertueuse, dans le respect de la création. » Car l'éco-conception textile est inévitablement une aventure collective. « La création éco-responsable est un travail vertueux, mené en coopération sur toute la chaîne de la filière textile. Mon équipe et moi avons bénéficié d'une formation Ecocert mais également de l'expertise des équipes RSE Chanel. » Sans oublier « les fabricants de fils, aujourd'hui très engagés sur ces sujets, par conviction ou par impératif business, ce qui nous a ouvert des possibilités ». « Sourcer les matières écoresponsables, les tisser et responsabiliser nos partenaires sur ces enjeux », tel est le quotidien de Laura Arguelles. Un moteur plus qu'un frein au final : « L'écoresponsabilité est une variable qui rajoute du challenge et de l'innovation à notre quotidien car la création est notre priorité ! »

LESAGE



©LESAGE, CHANEL - COLLECTION CROISIÈRE 2021/22 - BAUX-DE-PROVENCE.



LESAGE

Fondée en 1924, la Maison de broderie Lesage a toujours été à la pointe des innovations techniques, en dialogue avec de grandes maisons de couture. Créé dans les années 1990, son atelier textile produit des tweeds, assemblages sophistiqués de fils issus de matériaux divers. Notamment pour la Maison Chanel avec qui elle collabore depuis 1983. Récemment, ces deux maisons ont mené ensemble un travail d'éco-conception textile ayant abouti à la présentation de la première collection de tweeds éco-conçus lors du défilé Chanel collection Croisière 2021.

LES verts

Pratiques, gestes et comportements
qui limitent le gaspillage et la pollution,
au quotidien, contribuent à la réduction
des déchets et respectent l'environnement
et le *sourcing* des produits utilisés.



MARTELL

Le savoir-faire de la plus ancienne des grandes maisons de cognac, fondée en 1715, se réinvente face aux bouleversements environnementaux. Les 450 hectares des Domaines Jean Martell arborent la Certification environnementale Cognac depuis 2016 et le zéro herbicide depuis 2019. Et Martell a mis au point un programme ambitieux de viticulture régénératrice, incluant un projet de vitiforestier innovant et une nouvelle technologie de distillation bas carbone pour l'ensemble de la filière AOC Cognac.

Fils et petit-fils de viticulteurs dans la région de Cognac, Christophe Valtaud est docteur en biochimie, biologie moléculaire et physiologie végétale. Il est également maître de chai depuis 2016, et ses expériences en matière de viticulture durable, de distillerie et d'approvisionnement puis de responsable des Domaines Jean Martell lui ont « permis d'initier la transformation des vignobles vers une viticulture durable et de lancer un programme ambitieux de créations variétales adaptées aux changements climatiques en 2018 ». Avec ses équipes, il œuvre dans trois champs d'action prioritaires : « Régénérer les sols et les paysages du vignoble, mettre en œuvre une chaîne de valeur vertueuse pour élaborer le cognac de demain et agir pour valoriser l'humain et la communauté de nos partenaires. » Il a notamment copiloté le développement et la mise en œuvre d'une technologie de distillation bas carbone développée en partenariat avec le Groupe Chavignac, une technologie permettant de réduire considérablement la consommation d'énergie et l'empreinte carbone de la distillation charentaise.





PIERRE FREY

La Maison Pierre Frey est en quête d'une production toujours plus responsable et raisonnée. Ses étoffes sont le produit de la même volonté de partager des savoir-faire locaux et de sourcer des fils spécifiques en toute transparence. Nouveau volet de son programme NATECRU, la collection *NATECRU Durable* est le fruit d'une recherche collective entre les équipes créatives et techniques afin d'aboutir à un tissage complexe et sophistiqué composé de fils non teints issus de matières 100 % naturelles ou recyclées.



Sébastien Paillard a intégré la Maison Pierre Frey il y a moins de deux ans en tant que directeur de la manufacture de tissage Margueroy, située dans le Nord de la France. Il s'est depuis personnellement impliqué dans « *le sourcing de matières premières auprès des fabricants français de fils* », tout en initiant « *une réflexion sur la mise en place de tri ainsi que d'une forme d'économie circulaire dans le traitement des chutes des invendus et des rebuts de production* ». Il insiste aussi sur la dimension humaine et sociale de sa mission : « *Selon moi, l'homme est au cœur de toute entreprise et dans nos activités, les compétences techniques sont vitales.* » Particulièrement dans une maison familiale comme Pierre Frey. Il rêve d'ailleurs d'aller plus loin, en créant « *une sorte d'école* », fort du constat selon lequel « *il n'y a actuellement plus de formation concernant les différents métiers du tissage. Or, il est de notre devoir de lutter pour la sauvegarde du savoir-faire et de la technicité industrielle de l'industrie textile* ».

PIERRE
FREY
PARIS

Agriculteur, ingénieur en paysage et architecte de jardins, Antoine Leclef a toujours souhaité « *se rapprocher de la terre, préserver le patrimoine agricole en cultivant des plantes à parfum à Grasse* », sa ville d'origine. Depuis 2020, il s'occupe de la culture des plantes à parfum pour Lancôme, au Domaine de la Rose. Antoine Leclef poursuit un double objectif : faire de ce Domaine un havre de biodiversité et aider les plantes à s'adapter aux impacts des changements climatiques. « *Nous devons cultiver des espèces locales adaptées et les accompagner du mieux possible dans leur développement.* » En pleine conscience : « *Notre travail pour construire l'agriculture de demain ne fait que commencer. Le Domaine de la Rose a toujours été exploité de façon biologique, et nous devons aller plus loin et pratiquer une agriculture régénérative. Nous travaillons donc avec la nature pour déterminer les meilleures pratiques à mettre en œuvre afin d'assurer la pérennité et la variété des plantes. Espèce, racines, tiges, feuilles, terre, symbioses... tout est étudié pour répondre aux enjeux de demain. C'est un plaisir sans limite, un travail de longue haleine !* »

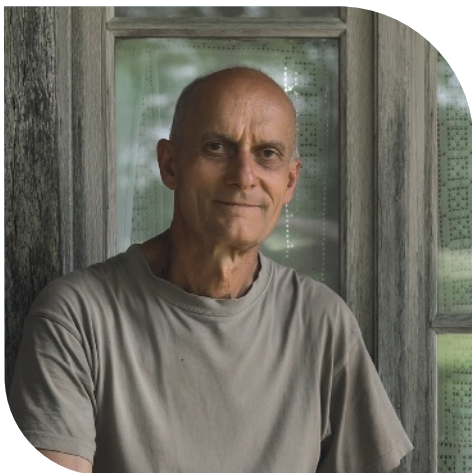


LANCÔME

LANCÔME

Parfumeur depuis près de quatre-vingt-dix ans, la Maison Lancôme est engagée à préserver, transmettre et célébrer le patrimoine naturel et culturel de la parfumerie, et ainsi contribuer à la renaissance du savoir-faire parfum de Grasse, notamment à travers le Domaine de la Rose. Dédié à la polyculture biologique d'essences locales, le Domaine de la Rose constitue par ailleurs un refuge de biodiversité, qui abrite plus de 250 espèces de flore et faune recensées lors d'inventaires réalisés par la Ligue pour la Protection des Oiseaux en 2021.





Jardinier paysagiste, André-Pierre Dubiau prend soin des Prés d'Eugénie depuis vingt ans. L'initiateur des gestes verts pratiqués dans le jardin, c'est lui ! « Les désherbages se font manuellement, les déchets verts sont tous recyclés. Feuilles mortes, tonte, déchets cuisine contribuent à l'élaboration de terreau pour nos plantations.

Les branches sont broyées et servent au paillage de certaines plantes et du potager. » De plus, « ces dernières années nous n'utilisons plus que des engrais naturels : cornaille, sang séché et fumier. » Et de préciser : « J'ai participé à la suppression totale des intrants chimiques dans les jardins : insecticides, fongicides et engrais. L'équilibre se fait désormais naturellement grâce à la présence d'auxiliaires qui éliminent une partie des parasites. Nous traitons tout de même certaines plantes, mais par des méthodes naturelles : bactéries contre la pyrale du buis, nématodes contre les papillons et les charançons qui ravagent les palmiers. »

LES PRÉS D'EUGÉNIE
- LANDES • FRANCE -



LES PRÉS D'EUGÉNIE

Les Prés d'Eugénie, c'est une belle histoire de famille, au service du beau, du bon et du bien-être. Ayant foi dans une démarche progressive et positive du développement durable, le palace a enclenché en 2017 la quête d'un impact zéro ou positif pour ses activités économiques. Son jardin permet notamment de réduire l'empreinte environnementale. Les gestes verts qui y sont pratiqués sont consignés dans le manifeste « Eugénie Go Green » et expliqués lors de la visite commentée du jardin offerte aux hôtes chaque semaine.



©YOAN CHEVOJON / LES PRÉS D'EUGÉNIE



GUY SAVOY

Que l'on parle de « zéro gâchis » ou de « *upcycling* », c'est toujours l'attention au produit, et donc à l'environnement, qui compte. Et en cuisine, les gestes « verts » sont dans l'ADN du restaurant Guy Savoy depuis l'ouverture de son premier restaurant à Paris, en 1980. Si les os des viandes ainsi que les arêtes et têtes de poissons sont traditionnellement employés pour la confection des jus et des sauces, s'ajoute l'utilisation de morceaux considérés jusqu'alors comme des déchets et qui, travaillés avec des techniques nouvelles, non seulement deviennent savoureux, mais en plus intensifient les goûts des plats. Ainsi le « bar en écailles grillées », plat-signature du restaurant, dans lequel les écailles se mangent.

Laurent Solivérès, nommé chevalier de l'ordre des Arts et des Lettres, est chef de cuisine chez Guy Savoy depuis 1992. Il participe à l'élaboration de chaque plat-signature de la Maison. Depuis toujours et à chaque création de recette, Guy Savoy pratique le « zéro gâchis » ou plutôt le « zéro déchet ». « *On peut le faire avec tous les aliments, nous raconte-t-il. C'est nous qui nous adaptons au produit et non l'inverse. Ainsi, prenons le petit pois, de sa cosse à sa chair en passant par sa peau, tout est utilisé pour créer une variation de saveurs.* » Il respecte toujours le produit car il sait que c'est avec des produits d'exception qu'il peut faire des plats d'exception. Pour ce chef de cuisine, il n'y a que des avantages : pour la planète, pour le convive qui découvre de nouvelles saveurs et textures et pour le cuisinier qui sait qu'il devra déployer toujours plus de créativité à chaque nouveau plat. Dans cette optique de gestes verts, la Maison Guy Savoy recherche également les circuits courts afin de recevoir les produits dans le plus grand état de fraîcheur possible.



RESTAURANT
GUY SAVOY



©THOMAS GARNIER

CHÂTEAU DE VERSAILLES

Jeux savants de perspective, parterres et fontaines, broderies végétales et bosquets, sans oublier le potager de la Reine : les jardins dessinés par André Le Nôtre à partir de 1661 font partie intégrante du projet du roi Soleil. Entretenus dans le respect de l'environnement, les quelque 800 hectares du parc, ses 350 000 arbres et 300 000 fleurs plantées chaque année, dont 260 000 produites dans le domaine, bénéficient d'une gestion raisonnée de l'eau depuis 2011 et d'une politique « zéro phyto » depuis 2000.



Jardinier en chef de Trianon, du Grand Parc de Versailles et du domaine de Marly, Alain Baraton rejoint le château en tant que caissier des grilles du parc durant l'été 1976, avant de devenir aide-jardinier stagiaire deux mois plus tard. Jardinier mosaïste en 1978, il réussit le concours de chef jardinier en 1981. D'aussi loin qu'il se souvienne, il a toujours été sensible à l'environnement, aux arbres et aux animaux, avec le besoin de les protéger. « Le 27 décembre 1999, le lendemain de la grande tempête, je prends conscience de la fragilité du parc et trouve démentiel que le peu de vie qui reste soit pollué par l'épandage de pesticides. Il est décidé ce jour-là de cesser tout traitement chimique à Versailles. » Aujourd'hui, il s'efforce de « développer les engins non polluants et d'accélérer le processus de recyclage des déchets verts. De limiter autant que possible les émissions bruyantes, de produire sans engrais et de respecter le cycle naturel des saisons. » Son souhait ? « Que les jardiniers qui ont l'expérience du terrain et tant à dire soient davantage écoutés. »

400  ANS
CHÂTEAU DE VERSAILLES
1623 • 2023

Soucieux du bien-être de ses convives avant même leur venue au restaurant Alléno Paris***, le chef Yannick Alléno a « créé une façon de recevoir le client nommée la conciergerie de table. Un service qui permet de l'accueillir en amont, de comprendre ce dont il a besoin, d'anticiper ses envies et finalement de préparer son voyage ». Une relation personnalisée est ainsi nouée avec chaque convive dès le premier coup de fil. Car comprendre « si c'est l'anniversaire de Madame, si Madame aime les pivoines, si Monsieur préfère le Bordeaux au Bourgogne... » sont autant de données précieuses qui permettront de combler leurs attentes, comme l'explique le chef. L'intimité de chaque table est garantie par la présence de panneaux en voile élégants de la Maison Montex, qui préservent l'atmosphère lumineuse et chaleureuse de la grande salle de réception. Passionnée, l'équipe de salle est au diapason de son chef, désireuse de transmettre et de partager son univers raffiné et créatif de toutes les manières possibles.



ALLÉNO PARIS

ALLÉNO PARIS***

Au restaurant Alléno Paris***, tout a été pensé pour que chaque convive profite d'une expérience unique. L'empreinte gastronomique d'exception proposée se vit dans un lieu unique : la grande salle aux boiseries classées Monument historique du premier étage du Pavillon Ledoyen aux charmes néoclassiques. À l'image de la cuisine au « Service du goût » qui y est élaborée, les gestes et attentions qui émanent de son « Service de conciergerie » concourent à la saveur des plats et à leur dégustation.



La philosophie de la Maison Pic est une vraie école pour Tamaki Kobayashi, cheffe de cuisine adjointe du restaurant Anne-Sophie Pic*** : elle a à cœur le *sourcing* de chaque ingrédient et de produits qu'elle utilise dans ses plats. « Nous commençons notre démarche par l'achat de produits au Japon. Nous apprenons à les cuisiner, à les associer avec d'autres ingrédients et dès que nous les maîtrisons, nous cherchons des produits similaires en France, avec la même qualité. » Tamaki Kobayashi est admirative de la relation d'amitié que la cheffe maintient avec ses producteurs avec qui elle travaille au quotidien. Leurs échanges lui permettent de développer des ingrédients sur mesure. Elle-même a aussi « la chance d'entretenir cette collaboration, en effectuant les achats d'ingrédients auprès de chaque producteur ». Anne-Sophie Pic crée l'expérience trois étoiles en s'appropriant et en trouvant l'originalité dans chaque produit asiatique qui l'inspire tant. Pour Tamaki, « Nous souhaitons être vertueux au niveau du sourcing, c'est pourquoi nous essayons de proposer des plats élaborés à base d'ingrédients cultivés en France ».

ANNE
SOPHIE
PIC

ANNE-SOPHIE PIC***

L'inspiration d'Anne-Sophie Pic naît en partie de ses pérégrinations à travers le monde. C'est notamment en Asie qu'elle découvre les agrumes yuzu, kabosu et jabara qu'elle utilise dans sa cuisine. Le *sourcing* des produits de la cheffe et son équipe est français, bio et local s'il est « vertueux ». Cette sensibilité sur la provenance des ingrédients est inscrite dans l'ADN de la famille puisque l'arrière-grand-père d'Anne-Sophie Pic, propriétaire de fermes en Ardèche, utilisait des produits qui l'entouraient, en respectant la saisonnalité de chacun. La Maison Pic travaille avec quelque 150 producteurs français, drômois dans leur grande majorité.



©AURELIE LAIVOUR. ©EMMANUELLE THION



RÉMY MARTIN

Pour préserver ses terroirs viticoles de prédilection, la Maison Rémy Martin a emprunté dès 2007 la voie de la lutte raisonnée, privilégiant depuis 2012 la certification Haute Valeur environnementale. Les Domaines Rémy Martin comptent aussi parmi les premières entreprises à obtenir leur certification environnementale, en 2014. Avec depuis 2022, le recours à l'agroécologie – des pratiques agricoles mûries d'écologie et d'agronomie, attentives à la biodiversité – pour assurer la pérennité des terroirs de Grande et Petite Champagne. Par exemple, la mise en place d'une fertilisation naturelle apportée par des couverts végétaux hivernaux, adaptés à la diversité de nos types de sols.

Responsable viticulture et eaux-de-vie, Laura Mornet pilote la gestion de l'exploitation des 270 hectares des Domaines Rémy Martin. « C'est avant tout une histoire humaine ; j'ai toujours travaillé au contact des viticulteurs et sur le terrain. Par ces échanges, je suis sensible à la manière dont nous pouvons intervenir sur notre environnement et dans nos vignobles. » Quatre ingénieurs l'épaulent pour conseiller les 800 partenaires viticulteurs de la Coopérative Alliance Fine Champagne sur la qualité des vins et des eaux-de-vie, l'environnement, la protection des terroirs et la maîtrise des émissions carbone. « Cultiver la vigne, élaborer des vins et des eaux-de-vie, c'est avant tout une histoire de choix à faire tout au long de l'élaboration. Nous travaillons avec du vivant et il y a énormément de facteurs à prendre en compte comme le climat que l'on ne peut maîtriser, avec une accélération ces dernières années due aux changements climatiques. » Son rôle ? « Donner une vision de la viticulture à nos équipes et assurer une transition agroécologique face aux enjeux environnementaux et carbone », consciente de la part de responsabilité de la grande Maison de Cognac dans la protection et la préservation des terroirs. « C'est notre capacité à produire du cognac d'exception dans les 300 prochaines années qui est en jeu ici. » Des pratiques qui résonnent avec la demande croissante de transparence de la part des consommateurs. « Une opportunité de plus pour montrer comment nos cognacs sont élaborés, en toute transparence. »



RÉMY MARTIN

DEPUIS 1724

SAINT-LOUIS

Saint-Louis, plus ancienne cristallerie de France, s'est installée en 1586 à Saint-Louis-lès-Bitche, au cœur de la forêt Vosgienne. Le lieu offrait en abondance le bois pour les fours des verriers, le sable du grès des Vosges pour fabriquer le verre et l'eau, indispensable à l'élaboration du merveilleux cristal taillé qui fait la réputation de la maison, de l'Amérique à l'Asie en passant par l'Europe. Cette eau, captée dans les ruisseaux, est au centre des stratégies écologiques de la maison.



Depuis 2015, les visiteurs de la cristallerie peuvent se promener dans un jardin ponctué de trois bassins végétalisés. Il s'agit en réalité du système de filtration des eaux utilisées dans les ateliers. En effet, pas de cristal sans eau, qui refroidit la canne du verrier lors du soufflage, ou nettoie, en filet continu, les poussières de cristal durant les opérations de taille. Grâce à un procédé de phyto-restauration paysagé, qui mêle roseaux, tourbe, espèces végétales endémiques et minéraux, les eaux usées sont purifiées des composés métalliques rentrant dans la composition du cristal. « *Nous ne devons pas fragiliser le milieu naturel par l'eau que nous y rejetons. Ce procédé la rend quasiment potable* », explique Jérôme de Lavergnolle, Président de Saint-Louis, qui mène aussi avec ses équipes une politique de réduction des émissions de CO₂ du site de 40 % d'ici 2028. « *Notre prochaine étape est de réduire drastiquement notre consommation d'eau, en mettant en place un circuit fermé.* » Objectif : 50 % d'eau recyclée dès 2025.

ST^{LOUIS}

Recycling

Dit aussi « recyclage par le haut ».

Pratique qui consiste à récupérer des matériaux hors d'usage pour les transformer et fabriquer de nouveaux produits de bonne qualité.



Audrey Peguret, Directrice du développement durable du Ritz Paris, souligne qu'au-delà de la reconnaissance de la certification GSTC, de nombreuses initiatives ont été mises en place par l'hôtel. Ainsi, l'audit écologique des jardins du Ritz Paris a conduit à la création d'un jardin suspendu de huit carrés de fleurs, herbes et plantes aromatiques dessinés par le Chef des cuisines Jérôme Legras. Ces dernières sont cultivées sans pesticide chimique, selon les principes de la lutte biologique intégrée. Cette initiative vise à sensibiliser les Chefs du Ritz Paris à une cuisine saine et durable. En effet, l'hôtel forme ses Chefs sur l'impact de l'agriculture sur la biodiversité et le climat, les méthodes de production raisonnée, durable et biologique, ainsi que la réduction du gaspillage alimentaire et la valorisation des déchets. Le Chef Jérôme Legras a activement participé à la création de cette formation pour son équipe, proposant des recettes gastronomiques valorisant les produits non utilisés, comme l'huile de vert de poireaux brûlés et l'infusion d'arêtes de poissons.



RITZ PARIS

Le Ritz Paris est le premier hôtel français à recevoir la certification Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Cette prestigieuse reconnaissance a été décernée en novembre 2022 par le Conseil mondial du tourisme durable. Cette organisation à but non lucratif établit les standards les plus élevés du développement durable dans le secteur du tourisme mondial. La certification témoigne de la gestion durable de l'entreprise, audité au regard de 167 indicateurs liés aux Objectifs du développement durable de l'ONU, et atteste que l'hôtel répond aux « normes sociales et environnementales les plus élevées du marché ».





LIAIGRE

Vase, cale-porte, plateau et serre-livres : ces objets réalisés en dix exemplaires composent la collection *Liaigre Upcrafted*, lancée en février 2022. Tous sont créés à partir de matériaux nobles propres à l'univers de la Maison, fondée en 1985 par Christian Liaigre, mais ceux-ci sont à l'état de fragments : morceaux de cuir, découpe de pierre... La vie d'un atelier les engendre inévitablement. Les objets fonctionnels de la collection leur restituent leur beauté. 50 % des bénéfices des ventes de ces objets sont reversés aux Compagnons du devoir et du tour de France.

L initiatrice de la collection *Liaigre Upcrafted*, Frauke Meyer est directrice de création de la Maison Liaigre depuis 2016. Il y a une quinzaine d'années, la sensibilité de cette Allemande d'origine s'accordait avec les valeurs écoresponsables de la Maison qu'elle intégrait. Aujourd'hui, la créatrice enrichit la démarche de Liaigre qui n'emploie que des matériaux nobles en modifiant la manière de les travailler.

« À l'inverse de l'ensemble de nos créations, la collection *Liaigre Upcrafted* est née des matières premières et non de dessins, précise Frauke Meyer. La prise de conscience de la raréfaction des matériaux naturels nous amène à réfléchir de manière différente. L'upcycling ouvre de nouveaux horizons, nous pousse à valoriser et préserver des savoir-faire d'excellence et à repenser nos processus créatifs, complète la créatrice. Pour Frauke Meyer, l'upcycling, loin d'être incompatible avec le luxe, constitue un retour salutaire à ses fondamentaux : « Le temps long et la créativité, la quête permanente du beau, du bon, du bien. »



LIAIGRE

BOUCHERON

Introduit en 2022, *Jack de Boucheron Utime* signe la rencontre entre la collection *Jack de Boucheron* et la Cofalit®, une matière issue du recyclage de déchets industriels, rendue inerte par un procédé unique de vitrification, et traditionnellement utilisée pour les remblais d'autoroutes. Brute et d'un noir intense, elle s'impose comme le produit le plus recyclé qui soit, et est ainsi qualifiée de matière dernière. Cette capsule, qui a nécessité de nombreux mois de recherche et de transformation, valorise ce qui n'a, par essence, plus d'utilité et le rend précieux.



Claire Choïsne est Directrice des Créations de la Maison Boucheron, qui conjugue depuis 1858 avant-gardisme, liberté et infini amour de la nature. Ses créations s'en inspirent et lui rendent hommage : *« Pour moi, les plus belles choses sur Terre sont celles créées par la Nature, et cette beauté est précieuse à mes yeux »*, confie-t-elle. Soutenue par Hélène Poulit-Duquesne, CEO de la Maison, elle explore de nouveaux matériaux et teste des techniques encore inédites en Haute Joaillerie, tant qu'elles lui permettent d'exprimer son rêve créatif. C'est le cas avec *Jack de Boucheron Utime* : *« La Cofalit® est aux antipodes de ce qui pourrait être considéré comme précieux dans l'imaginaire collectif. Le fait que cette matière n'ait plus aucune utilité m'a inspirée. Avec cette collection, je poursuis ma réflexion sur le sens du précieux, une approche qui me tient particulièrement à cœur. »* À l'occasion de l'introduction de la capsule *Jack de Boucheron Utime*, la Maison réaffirme également ses engagements en matière de développement durable, qu'elle traduit dans son premier rapport d'impact *Precious For The Future*.

BOUCHERON

PARIS DEPUIS 1858

« **A** la Manufacture de Sèvres, upcycling et réduction de l'impact environnemental de la production procèdent de la même démarche qualitative », explique Irène Basilis. Pour la directrice générale par intérim de la Cité de la céramique - Sèvres et Limoges, ces enjeux s'imposent : ils sont prioritaires pour les établissements dépendant du ministère de la Culture. Par exemple, réintroduire dans la fabrication des porcelaines des « *matières écartées* » comme des pièces cuites défectueuses, réduites en poudre et intégrées à la pâte. Incontournable, cette récupération de matériaux, appelée « *chamotte* », peut aussi « *susciter de nouvelles possibilités* », estime Irène Basilis. Alors, à Sèvres, le projet consiste à « *partager cette démarche d'upcycling avec les artistes et designers invités à travailler, comme une source d'inspiration et d'innovation* ».



SÈVRES
MANUFACTURE ET MUSÉE
NATIONAUX

SÈVRES MANUFACTURE ET MUSÉES NATIONAUX

Véritables sculptures, les *Vagues* de Johan Creten sont nées de la rencontre entre cet artiste, qui a remis à l'honneur la technique de porcelaine chamottée produite à la Manufacture de Sèvres. Le rêve de ce créateur a pris forme grâce aux artisans : l'œuvre mesure 60 centimètres, une prouesse quand on sait que la porcelaine ne se prête normalement pas au grand format. L'exploit technique, qui repose sur l'intégration de fragments de sculptures broyées, fait partie des pratiques écologiquement vertueuses traditionnelles de la Manufacture.





Pour Guillaume Henry, directeur artistique de Patou, l'*upcycling* constitue l'une des facettes de la démarche écoresponsable de la marque, laquelle irrigue toutes les activités de la Maison. « La démarche d'écoresponsabilité est une démarche d'équipe. D'ailleurs, quand nous recrutons, il est important pour nous que ceux qui rejoignent Patou adhèrent à cette démarche », explique-t-il. Lui-même a impulsé un nouveau lancement de la marque quand il a rejoint la Maison en 2019. Il a fallu tout repenser : « Dans une marque de mode comme la nôtre, c'est le choix des matières qui a le plus d'impact sur l'environnement », précise Guillaume Henry. Il lui revient donc de chercher et de sélectionner les matières les plus écoresponsables possible. Quant à l'*upcycling*, « je considère que c'est une opportunité pour repenser nos façons de travailler », poursuit-il. Mais l'équilibre à atteindre reste subtil : « Une robe très écoresponsable qui ne se vend pas ne servirait pas la cause ! »

PATOU

PATOU

Lancé en 2022, le sac à main *Le Patou* est réalisé à partir de cuirs de très belle qualité dits « dormants » : des cuirs issus de fins de séries restées inemployées et stockées en France ou en Espagne. Les quantités variant pour les couleurs (les huit emblématiques de la Maison Patou et les coloris des nouvelles collections), chaque sac fait l'objet d'une édition limitée et numérotée. Novatrice, cette démarche ne sacrifie ni la désirabilité de l'objet, ni les valeurs de la Maison, fondée en 1914 par Jean Patou, et offre un sac joyeux, fonctionnel et écoresponsable.



©DAMIEN BLOTTIÈRE. ©PATOU



MAISON BÄUMER

Depuis une trentaine d'années, les clients de la Maison Bäumer Vendôme y amènent leurs propres bijoux, ceux de famille, empreints de souvenirs. Aimant les belles histoires, le joaillier Lorenz Bäumer réutilise l'or et les pierres précieuses de ces bijoux d'antan et les transforme en créations avant-gardistes et uniques. À l'heure où les enjeux écologiques deviennent prégnants, cette pratique traditionnelle de la Maison qui excelle dans le sur-mesure revêt une dimension supplémentaire.

« **J**e m'amuse à imaginer que ces matières ont une âme, et qu'elles sont heureuses de pouvoir donner encore de leur beauté dans un nouvel écrin », raconte Lorenz Bäumer, fondateur de la Maison Bäumer unique créateur indépendant de la place Vendôme. Dès le début, cet artiste qui trouve son inspiration dans l'art et la nature intègre le respect de celle-ci dans la conception de ses bijoux. Lorenz Bäumer est bien conscient de la nécessité de préserver au maximum les ressources de la planète et il agit en conséquence. Ainsi, l'or qu'il utilise est à 80 % recyclé. Et il a été le premier à exploiter de nouveaux matériaux (souvent recyclés) comme le titane ou l'acier de Damas. Choix éthique aujourd'hui assumé, l'*upcycling* est depuis très longtemps une démarche créative instinctive pour Lorenz Bäumer : « *J'ai toujours privilégié la réutilisation d'objets et de matières. Dès l'âge de 7 ans, j'ai réutilisé mes patins à roulettes pour créer le skateboard de mes rêves.* »



BÄUMER

19 PLACE VENDÔME
PARIS



©OLIVIA TSANG. ©VAN CLEEF & ARPELS

VAN CLEEF & ARPELS

Débutée il y a une quinzaine d'années par la prestigieuse Maison Van Cleef & Arpels, la collection *Héritage* est composée de plus de 200 pièces de Haute Joaillerie. Rachetés à leurs propriétaires, les bijoux, en or ou platine, sertis de diamants ou de pierres fines, sont remis en état pour être ensuite repropoés. Pièces uniques, véritables témoins de l'histoire de la Maison et de la joaillerie, cette collection explore un siècle d'inventivité et d'innovation. Un panorama des savoir-faire, qui raconte l'histoire et les archives de Van Cleef & Arpels.



Nicolas Luchsinger, directeur de la collection Héritage et président de Van Cleef & Arpels pour l'Asie pacifique a imaginé cette collection lorsqu'il était directeur de la boutique de la Maison sur la 5^e avenue à New York. « *J'avais constaté que mes clients fidèles recherchaient quelque chose de plus que des pièces contemporaines* », se souvient-il. Quinze ans plus tard, en dépit de ses nouvelles responsabilités, il continue d'enrichir la collection qu'il a créée. « *Un vrai travail de détective, je suis actuellement à la chasse d'un extraordinaire collier de diamants de provenance royale que tout le monde croit disparu* », raconte Nicolas Luchsinger qui se réjouit de partager avec les clients sa passion pour les objets anciens qui rejoint les préoccupations écologiques actuelles. « *Ma sensibilité personnelle a toujours été liée à un goût du passé. Je ne suis jamais plus heureux que dans un marché aux puces... Ce n'est que plus tard que j'ai réalisé que mes goûts personnels me faisaient éviter le gaspillage.* »

— Van Cleef & Arpels —

L'upcycling est au cœur des préoccupations de Jean-Yves Regnery, aujourd'hui à la tête du laboratoire de la Faïencerie de Gien qui recycle déjà plus de 95 % des rebuts. Technicien céramiste durant une vingtaine d'années, il maîtrise parfaitement les techniques de la Maison et se voit comme « un passeur ». *« Gien a toujours eu une démarche d'upcycling. Je contribue à son maintien, son amélioration et à son extension à travers des recherches de développement »*, explique-t-il. Ainsi perpétue-t-il des pratiques comme l'intégration d'anciennes matières inemployées dans des préparations. Il cherche également un moyen de recycler les filtrats d'eaux d'émaillage usées pour développer des émaux. Son envie ? *« Continuer d'étudier de nouvelles méthodes qui permettraient, à l'aide des technologies actuelles, de continuer de réduire l'empreinte de nos productions sur nos consommations de matières et d'énergies. »*



GIEN VINTAGE

Vase, potiche, flambeau, centre de table... Lancée en 2020, la collection *Gien Vintage*, de fabrication 100 % française, regroupe des trésors qui sommeillaient dans les réserves de la Faïencerie. Une sélection de petites séries mises à l'écart, de produits sortis de collection ont été soigneusement retraités, protégés d'un émail couleur lin pour retrouver une nouvelle vie. La collection rend ainsi hommage aux créations d'autrefois et s'inscrit aussi pleinement dans l'engagement actuel de la marque, soucieuse de développement durable.



REMANES

à neuf

Le fait de reconditionner

voire remanufacturer des produits usagés réparés. Grâce à une démarche de réparabilité, des objets abîmés ou cassés, ou de seconde main, sont rajeunis, à nouveau prêts à l'emploi.

Formé à l'École centrale de Paris, Raphaël de Labarthe est directeur industriel de la Maison Devialet depuis 2016. C'est lui qui définit et met en place, avec son équipe, le système industriel engagé dans la fabrication des produits Devialet. Comme il aime à le rappeler, « *le développement de produits durables fait partie de l'ADN de la Maison depuis sa création* ». Aussi veille-t-il à « *améliorer constamment la longévité des produits, à chaque étape de leur développement et de leur industrialisation* », en s'appuyant sur trois piliers : la fiabilité, la réparabilité et la maintenabilité. Fier d'avoir « *étendu, en 2023, le service de réparation à l'ensemble des produits Devialet* », il encadre aussi « *un travail d'amélioration continue sur la consommation en énergie de nos produits en veille, sur l'économie circulaire - en étendant notamment l'utilisation de matériaux recyclés - et sur l'utilisation de packaging respectueux de l'environnement* ». Constitués à 100 % de carton, les packs de Devialet Dione et Devialet Mania sont ainsi 100 % recyclables.



DEVIALET

La Maison Devialet se distingue par sa vision de l'innovation technologique à rebours de l'obsolescence programmée. Ses produits sont le fruit de son savoir-faire en ingénierie acoustique et d'une exigence drastique, requise de l'innovation à l'industrialisation en passant par le choix des meilleurs composants et matériaux. L'enceinte *Phantom* en est certainement la plus belle démonstration. La pérennité des produits est assurée par un travail essentiel sur les solutions logicielles en perpétuelle amélioration, qui permettent – par des mises à jour régulièrement ouvertes aux clients – de gagner en connectivité, en puissance, en fluidité. Puis par des dispositifs de reconditionnement, de remanufacturing et de réparation pratiqués au sein de la Manufacture Devialet, au Châtelet-en-Brie.



©DEVIALET



Formé à la chaussure sous toutes ses coutures chez les Compagnons du devoir, Romain Aquilo entre à la Manufacture Weston en 2007. Aujourd'hui responsable qualité et réparation, Il chapeaute l'atelier réparation qui est en charge des paires reçues via l'offre *Weston Vintage* et de leur démontage, ainsi que de toutes autres sortes de réparation. « *Il faut être capable de réparer tous les modèles, de faire du travail de semelle, de tige, de coupe et parfois des opérations périlleuses comme changer les élastiques de bottines Cambre ou le plateau de mocassins* », souligne celui qui participe aussi à la formation d'autres artisans. Une fois passées entre les mains de son équipe et après avoir réintégré le circuit de fabrication traditionnel, les chaussures sont comme neuves. « *Nous faisons de la seconde main aussi durable que le neuf* », assure fièrement ce passionné qui se réjouit de recevoir des « *pépites* » à l'image de ces mocassins en cuir exotique fabriqués en 1966. Des paires d'exception, colorées par le temps, dont de nombreux clients attendent de pouvoir les adopter.

J.M. WESTON

J. M. WESTON

Chausseur depuis 1981, J.M. Weston fabrique depuis lors des chaussures à l'élégance intemporelle, pensées pour durer et être réparées, grâce notamment au cousu Goodyear, introduit en France par le fils du fondateur. Avec l'offre *Weston Vintage*, la Maison propose désormais à ses clients, dans une démarche d'économie circulaire, de rapporter les paires qu'ils ne portent plus pour qu'elles soient restaurées. Parfaitement rénovées mais patinées par le temps, elles sont ensuite vendues en seconde main.



©J.M. WESTON



HENRI SELMER PARIS

Créée en 1885 pour les instrumentistes par des instrumentistes (les frères clarinettistes Henri et Alexandre Selmer), la Maison Henri SELMER Paris est installée depuis 1919 dans ses ateliers de Mantes-la-Jolie. Elle a fabriqué plus d'un million d'instruments à vent, saxophones, trompettes, clarinettes, cors hautbois ou flûtes. Parmi ses actions écoresponsables, l'entreprise a lancé en 2021 une plateforme en ligne de revente d'instruments d'occasion Henri SELMER Paris, baptisée Rewind.

Adrien Besse, clarinettiste professionnel qui fut longtemps l'essayeur de clarinettes attiré d'Henri SELMER Paris, est l'initiateur et coordinateur du projet Rewind. Celui-ci donne une seconde vie, après réparation, aux instruments anciens, qu'ils aient dormi dans un grenier ou qu'ils soient revendus par un instrumentiste. *« Il a fallu tout créer, du site [rewind.fr](https://www.rewind.fr) au processus de rachat, de réparation et de revente, mais aussi élaborer un argus pour les différents modèles et se renseigner sur l'histoire d'Henri SELMER Paris depuis 1885, afin de connaître toutes les subtilités de fabrication. »* À Mantes-la-Jolie, les instruments sont démontés et nettoyés, entièrement retamponnés, réglés et graissés, remis en état de jeu puis essayés par un musicien professionnel avant leur revente. Quatre techniciens travaillent pour Rewind mais d'autres artisans parmi les quatre cent cinquante du site collaborent selon les problématiques. *« La plateforme a proposé une centaine d'instruments la première année, le double la deuxième, et nous continuons de surfer sur une belle vague de développement »,* se réjouit Adrien Besse.





©ALAIN BENOIT. ©CHRISTOPHE MARIOT

HENNESSY

Réfléchir sur le long terme, économiser la ressource : deux modes de pensée inhérents à l'art d'élaborer les cognacs chez Hennessy, Maison fondée au XVIII^e siècle. Elle vient d'installer son atelier de tonnellerie flambant neuf en plein centre de Cognac, en bord de Charente. Douze artisans tonneliers y perpétuent des gestes vieux de plus de deux siècles, avec une virtuosité spécifique dans l'art de réparer les barriques pour leur permettre la plus grande durée de vie possible.



« **J'**aime les barriques anciennes car je sais que je peux leur faire confiance. » Benoît Gindraud, Directeur expert Qualité et Vieillessement d'Hennessy, est aussi membre du Comité de Dégustation de la Maison. Ce fils de vignerons charentais sait que la qualité des fûts est déterminante pour sublimer les milliers d'eaux-de-vie dont il gère le stock au fil du temps et qu'il goûte chaque année pour décider de leur évolution. *« Réinstaller l'atelier de tonnellerie au cœur de notre activité, là où il se trouvait jusqu'aux années 1970, est une manière de rendre hommage aux maîtres tonneliers. »* À partir de chênes provenant du centre de la France, ceux-ci fabriquent des fûts neufs dont les arômes du bois structurent les eaux-de-vie jeunes. Les tonneliers réparent aussi des barriques anciennes, jusqu'à soixante-dix ans d'âge, qui accueilleront avec délicatesse des eaux-de-vie patiemment vieilles. Chaque douelle récupérable sur une barrique ancienne viendra prolonger la vie d'une autre. Quant aux outils, tout comme les savoir-faire, ils se transmettent de génération en génération de tonneliers.


Hennessy

« **E**n tant que Directrice de la RSE de Cartier, je suis en charge du déploiement de la stratégie de développement durable de la Maison, je contribue notamment à renforcer les engagements éthiques de Cartier, tout en travaillant sur la transformation de l'industrie horlogère et joaillière, explique Anouchka Didier-Mansour. La durabilité de nos créations fait partie intégrante de la stratégie long terme de la Maison. Elle s'exprime dans les améliorations techniques et innovantes que nous apportons continuellement à nos créations mais aussi dans notre politique de réparabilité. Initiée depuis la création de la Maison en 1847, la réparabilité fait partie intégrante de notre feuille de route climatique. Elle vise à renforcer la durabilité et la pérennité de nos créations, qui se transmettent de génération en génération. Cette approche prend encore plus de sens aujourd'hui au regard de l'urgence climatique et de la nécessité d'avoir une gestion avisée de nos ressources. »



Cartier



CARTIER

La Maison garantit la possibilité de réparation de toute pièce Cartier, à vie, à tous ses clients. Lorsque les composants d'époque nécessaires à la réparation de la montre n'existent plus, le service de restauration horlogère, situé à La Chaux-de-Fonds, en Suisse, entre en jeu. Créé en 1990, il compte aujourd'hui une dizaine d'horlogers restaurateurs dont les savoir-faire et l'expertise sont mis à contribution dans la restauration de pièces d'exception. Les plus anciennes pièces restaurées datent des années 1900-1920.

Toujours dans une démarche de pérennisation de ses créations, la Maison a créé en 1996 Cartier Tradition, qui propose à la vente des créations anciennes, authentifiées et restaurées selon les informations conservées par les Archives. Plus récemment, en 2019, la Maison a créé Cartier Care, une plateforme numérique offrant la possibilité aux détenteurs de pièces horlogères de profiter de services personnalisés, comme des diagnostics techniques gratuits et d'une extension de garantie internationale, toujours pour inscrire ces créations dans le temps.



Antoine Candelliez, le directeur industriel et RSE du groupe Fremaux Delorme, est fils et petit-fils de teinturiers sur fil de la région lilloise. Soucieux de la gestion de la quantité de déchets produits par le groupe et de la destruction des textiles classés « *moins que parfaits* », il a l'idée de créer « *un magasin d'usine de produits dégriffés sur [le] site de Nieppe afin de limiter ces déchets, valoriser [la] production et contrôler la circulation de ces produits second choix en interne* ». Un concept simple et efficace qui permettra à « *une clientèle nouvelle d'avoir accès au beau linge, fabriqué en France* ». Projet doublement vertueux puisqu'il fait la part belle aux produits dégriffés et réduit considérablement déchets textiles et pollution due au transport, les rebuts étant jusque-là en partie vendus à l'export. Et ce n'est qu'un début, puisque « *d'autres projets d'actions concernant la réparabilité des produits déjà en circulation de la maison sont en cours* »...

**Yves
Delorme**
PARIS

YVES DELORME

Depuis des années, la Maison Yves Delorme s'investit dans des démarches écologiques, authentiques et à son échelle. Ainsi ne travaille-t-elle qu'avec du coton certifié bio. Au cours de l'été 2023, elle franchit une nouvelle étape en ouvrant un magasin d'usine dans son atelier de confection à Nieppe, haut lieu historique de la production textile dans les Hauts-de-France. Une décision motivée par son impact écologique de réduction des déchets textiles et de diminution de l'empreinte carbone.



©YVES DELORME



CHRISTOFLE

Depuis 1830, les collections Christofle subliment les tables et retracent l'histoire des Arts décoratifs en traversant les générations grâce à l'excellence des savoir-faire de la Maison. « *Une seule qualité, la meilleure* », exigeait déjà le fondateur, Charles Christofle.

L'Orfèvre reste fidèle à cet engagement en proposant *La Collection Vintage*, lancée en 2022, composée de pièces anciennes sélectionnées et restaurées avec passion. Une démarche de circularité plébiscitée par les amoureux de collections chargées d'histoire et les adeptes d'une consommation plus responsable.

Entré à la Manufacture Christofle en Normandie en 2006 d'abord comme aviveur, Matthieu Duthil a de nouveau intégré les équipes en 2022 comme Réparateur Complet Bijouterie et Orfèvrerie, après une formation à la Haute École de Joaillerie à Paris, et différentes expériences dans des ateliers de bijouterie vosgiens et rouennais. Il œuvre au cœur du travail de restauration des pièces de *La Collection Vintage*, ravi de « *pouvoir redonner vie à de l'argenterie qui sommeille parfois dans de vieux placards ou des greniers* » et convaincu que cela « *s'inscrit dans les tendances actuelles* ». Les objets sont d'abord sélectionnés, authentifiés, démontés, nettoyés avant que chaque élément ne soit avivé par les mains expertes de Matthieu, pour leur redonner de l'éclat sans perdre de leur patine. « *Chaque nouvelle pièce à restaurer est un défi* », assure Matthieu Duthil, évoquant la nécessité de réaliser « *un avivage précis, brillant, mais mat à la fois* » et heureux de travailler sur des objets qui « *auront plusieurs vies* ».



Christofle

HERMÈS

« Le luxe, c'est ce qui se répare. » Cet aphorisme de Robert Dumas, président d'Hermès de 1954 à 1978, n'a jamais semblé si pertinent. L'entreprise familiale, créée à Paris en 1837 par Thierry Hermès, fabriquait à l'origine harnais et selles pour chevaux. Elle a conservé sa tradition du travail du cuir, tout en diversifiant son offre, entre autres avec ses fameux sacs et carrés de soie, mais aussi des montres ou des bijoux d'argent. La réparabilité fait partie de la démarche artisanale de la maison depuis son origine.



Dans la boutique historique d'Hermès, rue du Faubourg-Saint-Honoré, une pièce est dédiée à l'accueil des clients venus faire réparer leurs articles. Il peut s'agir d'un carré de soie à sur-teindre, d'un bijou d'argent à repolir, mais la plupart du temps, c'est un sac qui doit retrouver sa superbe.

Kelly, Birkin ou autres Constance représentent 50 % des volumes des ventes. « Autrefois, les selliers-harnacheurs savaient qu'il faudrait réparer certaines pièces de l'équipement des cavaliers à l'usage. Nous avons conservé cette façon de penser dans la création de nos sacs », décrypte Pierre Alexandre Bapst, directeur du développement durable d'Hermès. La demande de service après-vente est en hausse constante ; plus de 200 000 réparations ont été effectuées en 2022 dans le monde. Pour les sacs, des ateliers spéciaux ont été créés avec des artisans chevronnés, en France mais aussi aux États-Unis, à Hong Kong ou Tokyo, où œuvrent de petites équipes expatriées pour plusieurs années. Les artisans maîtrisent qualité, savoir-faire et ingéniosité, de la couture à la teinture, pour remettre à neuf les objets tout en préservant leur patine.



Pierre-Baptiste L'Hospital, assistant patronnier, rejoint John Lobb après un tour de France chez les Compagnons du Devoir et du Tour de France. « *Nous vivons actuellement dans un monde où la valeur d'un objet du quotidien n'a plus grande signification. Or, il est beau et noble pour un objet de vieillir avec son propriétaire* », explique-t-il. Chaque client use différemment ses paires de chaussures. Après cinq, dix ou quinze années, l'état varie considérablement. Avant de réparer, il doit tout d'abord démonter la semelle d'origine usée tout en veillant à ne pas abîmer la tige du soulier. « *L'engouement pour la seconde main est l'illustration parfaite de l'importance de créer des objets durables dans leur conception et les matières utilisées tout en répondant à un usage. Ces mêmes matières patinées seront les messagers de la beauté du temps qui passe* », ajoute-t-il. Ses ambitions restent d'accompagner le développement de nouveaux modèles, aussi bien en prêt-à-chausser qu'en sur-mesure, fidèles à la culture et aux valeurs bottières de John Lobb.



john Lobb

JOHN LOBB

Les chaussures John Lobb sont pensées pour une vie en mouvement. Depuis 1866, les valeurs de durabilité et la culture de réparation sont au cœur de l'ADN de la maison. Conçues pour résister à l'usure de toute une vie, les chaussures s'embellissent avec le temps notamment grâce à la culture d'entretien du cuir. Du sur-mesure au prêt-à-chausser depuis les années 1980, le montage Goodyear permet une grande longévité et un ressemelage sans aucune altération de la tige. Aujourd'hui, chaque nouveau développement porte la même ambition : les modèles doivent être aussi bien réparables que ressemblables.



MAISONS

A **Anne-Sophie Pic**
anne-sophie-pic.com
Atelier Mériquet-Carrère
www.ateliermeriquet.fr

B **Baccarat**
www.baccarat.fr
Balenciaga
www.balenciaga.com

Balmain
www.balmain.com

Baumannière
www.baumanniere.com

Bäumer-Place Vendôme
www.baumer-vendome.com

Berluti
www.berluti.com

Bernardaud
www.bernardaud.com/fr

Bonpoint
www.bonpoint.com

Boucheron
fr.boucheron.com/fr

Breguet
www.breguet.com

C **Cartier**
www.cartier.fr
Céline
www.celine.com
Champagne Bollinger
www.champagne-bollinger.com
Chanel
www.chanel.com

Charles Heidsieck
charlesheidsieck.com/fr

Château Cheval Blanc
www.chateau-cheval-blanc.com

Château d'Estoublon
chateau-estoublon.com

Château d'Yquem
yquem.fr

Cheval Blanc Courchevel
www.chevalblanc.com

Christian Louboutin
eu.christianlouboutin.com/fr

Christofle
www.christofle.com

Chloé
www.chloe.com

D **Dalloyau**
www.dalloyau.fr

Delamain
www.delamain-cognac.com

Delisle
www.delisle.fr

Devialet
www.devialet.com/fr

Diane de Selliers Éditions
editionsdianedeselliers.com

Dior
www.dior.com

E **Éditions de Parfums Frédéric Malle**
www.fredericmalle.eu

Ercuis
www.ercuis.com

Eres
www.eresparis.com

F **Féau Boiseries**
feauboiseries.com
Flammarion Beaux Livres
editions.flammarion.com

G **George V-Four Seasons hôtel**
www.fourseasons.com/fr/paris/

Gien
www.gien.com

Givenchy
www.givenchy.com

Guerlain
www.guerlain.com

Guy Savoy
www.guysavoy.com

H **Hennessy**
www.hennessy.com

Hermès
www.hermes.com

Hôtel du Palais
www.hyatt.com

J **Jean Paul Gaultier**
www.jeanpaulgaultier.com

Joël Robuchon
www.joel-robuchon.com/fr

John Lobb
www.johnlobb.com

J.W. Weston
eu.jmweston.com

INSTITUTIONS CULTURELLES

Air France
www.airfrance.fr

Académie de France à Rome Villa Médicis
www.villamedici.it

Château de Fontainebleau
www.chateaufontainebleau.fr

Château de Versailles
www.chateauversailles.fr

Comédie-Française
www.comedie-francaise.fr

Institut de France
www.institutdefrance.fr

IRCAM
www.ircam.fr

Le Centre Pompidou
www.centrepompidou.fr

La Demeure historique
www.demeure-historique.org

Mad
madparis.fr

Mobilier national
www.mobiliernational.culture.gouv.fr

Monnaie de Paris
www.monnaieparis.fr

Musée d'Orsay
www.musee-orsay.fr

Musée du Louvre
www.louvre.fr

Opéra national de Paris
www.operanationaldeparis.fr

Sèvres-Manufacture et Musée nationaux
www.sevrescitceramique.fr

Sorbonne
www.sorbonne-universite.fr

K **Krug Champagne**
www.krug.com

L **Lacoste**
www.lacoste.com
Lafite Rothschild
www.lafite.com

La Maison du chocolat
www.lamaisonduchocolat.com

Lancôme
www.lancome.fr

Lanvin
www.lanvin.com

Le Bristol
www.oetkercollection.com/fr

Le Meurice
www.dorchestercollection.com/fr

Lenôtre
lenotre.com

Leonard
leonardparis.com/fr

Les Aïrelles Courchevel
aïrelles.com

Les Prés d'Eugénie
lespresdeugenie.com

Liaigre
www.liaigre.com

Longchamp
www.longchamp.com

Louis Vuitton
fr.louisvuitton.com

M **Maison Ducasse**
www.ducasse-paris.com/fr
Maison Francis Kurkdjian
www.franciskurkdjian.com

Maison Rémy Martin
www.remymartin.com

Martell
www.martell.com

Mellerio
mellerio.fr

P **Parfums Caron**
www.parfumscaron.com

Parfums Chanel
www.chanel.com

Parfums Christian Dior
www.dior.com

Parfums Givenchy
www.givenchybeauty.com

Parfums Hermès
www.hermes.com

Patou
www.patou.com

Perrier-Jouët
www.perrier-jouet.com/fr

Pierre Frey
www.pierrefrey.com

Pierre Hardy
www.pierrehardy.com

Pierre Hermé
www.pierreherme.com

Potel & Chabot
poteletchabot.com

Puiforcat
www.puiforcat.com

R **Ritz Paris**
fr.ritzparis.com/fr

Robert Haviland & C. Parlon
www.roberthaviland-cparlon.fr

Rochas
rochas.com

Ruinart
www.ruinart.com/fr

S **Saint Laurent**
www.ysl.com

Saint-Louis
www.saint-louis.com

Selmer Paris
www.selmer.fr

S.T. Dupont
www.st-dupont.com/fr

T **Tailleur**
letailleur.com/fr

V **Van Cleef & Arpels**
www.vancleefarpels.com

Veuve Clicquot
www.veuveclicquot.com

Y **Yannick Alléno**
www.yannick-alleno.com

Yves Delorme
france.yvesdelorme.com

Yves Saint Laurent Beauté
www.yslbeauty.fr

MEMBRES EUROPÉENS

Delvaux
eu.delvaux.com

Dr Irena Eris
www.drirenaeris.com

Herend
herend.com

Moser
www.moser.com

Riedel
www.riedel.com

Zolotas
www.zolotas.fr

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



Ce tiré à part est extrait de
Connaissance des Arts Métiers d'art 2023,
n° 1030. Impression Calligraphy Print.



Le luxe, créateur de valeurs

Le luxe français crée des objets de désir durable

Aboutissement d'un savoir-faire
patiemment acquis,
l'objet de luxe ne se jette pas.
Il vieillit, se répare et se transmet.

COMITÉ
COLBERT

Depuis 1954