

ouverture

25

JUIN

DOSSIER
DE
PRESSE

2015

42

rue Volta

Paris 3^E

FRONT
DE
MODE

PRÉSENTATION DU PROJET	3
LE MANIFESTE	5
LE MOT DU PARRAIN	7
PRÊT-À-PORTER CRÉATEURS	8
PRÊT-À-PORTER CASUAL	10
PRÊT-À-PORTER HOMMES	14
ENFANTS	16
SACS CRÉATEURS	18
CHAUSSURES CRÉATEURS	20
FOOTWEAR	21
BIJOUX	23
LUNETTES DE SOLEIL	26
MAILLOTS DE BAIN	27
FOULARDS	28
DÉCO	29
PAPETERIE	31
COSMÉTIQUES	32
EVENT & THÈMES	44
ATELIERS À VENIR	45
PORTRAITS CRÉATEURS	34
LA COMMISSION PRODUITS	42
DÎNETTE	43
SPÉCIAL MERCI	44
NOS PARTENAIRES	45

Pourquoi Front de Mode ?

La société a besoin de sens et le vêtement n'est plus au rendez-vous. Nous ne savons plus imposer un projet en nous identifiant à un style comme le New Look qui avait suscité l'envie des Trente Glorieuses ou comme la mini-jupe qui aiguisait un désir de liberté ou comme le jeans sous un torse nu qui identifiait le Love Summer des seventies. Nous ne savons plus que légiférer sur le voile ou la jupe longue comme s'il était devenu intolérable de se distinguer.

Le vêtement n'est plus le principe actif du tissu social car un certain système de la mode est à bout de souffle. Le luxe colle aux désirs de ces 0,1% qui s'enrichissent toujours plus et se contente du spectaculaire sans prendre désormais le risque de la création. La mode mass market produit de l'uniforme et du standard sous une apparence de diversité mais avec les mêmes méthodes de design, les mêmes lieux de production, les mêmes espaces de vente plus ou moins boutique. Les prix du luxe sont inaccessibles et la mode low-cost n'intègre pas dans ses prix le coût de toutes les externalités négatives de ces cotons qui consomment trop d'eau, de ces teintures chimiquement impures, de ces ateliers du Sud où l'on fait travailler des enfants dans des conditions lamentables et, on l'a vu au Bangladesh, parfois au risque de leur vie.

Il est temps d'inventer un nouvel écosystème de la mode, adapté au XXI^e siècle. À l'initiative de Sakina M'Sa, cinquante créateurs se sont réunis pour promouvoir un label de renouveau : Front de Mode. S'inscrivant dans le cadre d'un Manifeste, ces créateurs ont en commun de vouloir tous conjuguer leur création avec au moins un des trois piliers du développement durable : approche sociale de la production, respect de l'environnement dans le choix des matières, ambition sociétale et culturelle dans leurs rapports aux personnes.

Pourquoi Front de Mode, comment ça marche ?

Front de Mode est un label ouvert qui a vocation à pouvoir être revendiqué par toute une génération de nouveaux créateurs. Front de Mode a l'ambition de désigner un mouvement dans la mode comme les termes "nouvelle vague" l'ont fait à une époque pour le cinéma. Avec le temps, Front de Mode se déploiera sur le Net et franchisera des boutiques qui se reconnaîtront dans son message social et solidaire.

D'ores et déjà, Front de Mode ouvre un premier magasin-laboratoire en juin 2015. En plein cœur du Nord marais Front de Mode s'érige pour l'amour de la mode, du style et du sens ! Ce magasin de détail propose un style de vie, une autre manière d'aimer la mode en réunissant des marques street/casual ou des marques créateurs pointues qui répondent à "au moins" un des piliers du développement durable.

Pendant un an, une commission s'est réunie pour sélectionner et approcher des créateurs de talent qui inscrivent leur travail dans les perspectives de la Plateforme collaborative "Manifeste pour un écosystème de la Mode au XXI^e siècle": engagement environnemental, conditions de travail, création d'emploi pour tous, production locale, créativité 3.0. Très exigeante sur les critères d'innovation et de style, la Commission était composée de Sakina M'sa (styliste, initiatrice du projet), Virginie Maunier (Lambert et associé), Vincent Gregoire (Nelly Rodi), Isabelle Peyrut (rédactrice mode Be), Marie Desigalony (styliste tendance free lance), Laure Gomez Montoya (directrice du site www.godobe.fr), Gérard Lafargue (consultant mode), Emma Leonet, (consultante mode), Anne-Charlotte Rocher. Il en résulte une offre originale et variée de lignes de prêt-à-porter à la fois couture et street wear, accessoires (sacs, chaussures, bijoux, lunettes...) dans un esprit de co-distribution.

On trouvera ainsi à Front de Mode... du street/casual comme Andrea Crews, Blue Line, Misericordia, Veja, Katherine Hamnett, Naco... Du prêt-à-porter créateur : Léa Peckre,

Sakina M'sa, Christine Phung... Du PAP homme, comme la marque purement française avec le label Origine France Garantie, Pic de Nore. Pour l'enfant, des vêtements bio et tendances et des chaussures à la production "raisonnée" sont proposés. Les accessoires sympathiques comme les kits sacs en cuir de QUINOA ou les lunettes en bois de REZIN. Les marques cosmétiques bio avec le packaging stylé, Absolution, eNominoe, ou du parfum bio, Honoré des Prés, ou cure Bazar, complètent cet univers. Il y aura aussi une espace maison et dégustation pour "aimer vivre sa vie". Situé au 42 rue Volta, le premier magasin-laboratoire Front de Mode est un vaste espace de 200 mètres carré sur deux niveaux. L'entreprise d'insertion de Sakina M'Sa, Trevo, à procédé à une augmentation de capital pour faire face à cette ouverture. Aux côtés de Sakina M'Sa, les actionnaires sont désormais Equisol, Garrigues et Gengko Biloba. Ils partagent tous la démarche éthique et engagée de la marque Sakina M'Sa et du projet Front de Mode.

Dans la boutique Front de Mode de la rue de Volta, les clients pourront eux-même s'engager à travers des événements divers comme "les rencontres du style et de l'engagement" où un créateur échange et partage sa vision, ses trucs et son bonheur du métier. Chacun pourra aussi venir participer à une séance de do it yourself à la française ou, s'il touche les minimas sociaux, participer aux ateliers solidarmode. Front de Mode est un magasin où les aménités se battent pour mettre les tendances à vos pieds et partager avec le plus grand nombre. Chacun pourra acheter des chemises sans boutons et venir les fabriquer sur une imprimante 3D en libre service. Ou fabriquer des vêtements en achetant les coupons et patrons ou encore mieux juste louer une ou trois pièces en s'abonnant à l'année dans la boutique sur les produits qui coûtent plus de 1000€.

Front de Mode, c'est le pouvoir d'une "autre mode" en action! La boutique propose une expérience inédite pour se sentir "bien" et "beau" autrement."

POUR UN ÉCOSYSTÈME DE LA MODE AU XXI^E SIÈCLE

1.

LA MODE EST PLUS QUE JAMAIS UN UNIVERS DE CRÉATION : ELLE EST UN ACTE DE CRÉATION ARTISTIQUE MAIS AUSSI UN ACTE PRODUCTEUR DE LIENS ET CRÉATEUR, À CE TITRE, DE VALEUR ÉCONOMIQUE ET SOCIALE. LE « SYSTÈME DE LA MODE » AUJOURD'HUI, C'EST CETTE RENCONTRE RÉUSSIE DU BEAU ET DU BIEN. LE FAIT QUE LA COUTURE DES HOMMES SANS EMPLOIS D'INSERTION. STANDARDISÉE DE PERSONNALISATION, CELLES DU CYNISME ET QUE LES TRAVAUX D'AIGUILLE SOIENT PRATIQUÉS PAR DES FEMMES ET QUALIFICATION RECONNUE, EN FAIT UN DOMAINE PRIVILÉGIÉ POUR LES LE FAIT QUE LA TECHNOLOGIE PERMETTE D'ÉCHAPPER À LA PRODUCTION PROTOTYPES CONÇUS PAR UN SEUL ET OUVRE AU COLLABORATIF ET À LA TRANSFORME LE RAPPORT À LA CRÉATION. LA LOGIQUE DU « ET » REMPLACE OU DE L'INDIFFÉRENCE.

M

2.

LA MODE EST UNE INDUSTRIE ET, COMME AUTOUR DU REFUS DU GASPILLAGE VERT » QUI DOIT INSPIRER LA MODE DOTÉS DE PLUSIEURS VIES, SELON SYSTÈME DE COMMERCIALISATION/QUE DE VASTES RÉGIONS SONT CONTINENTS ENTIERS SERVENT

TOUTE INDUSTRIE, ELLE DOIT REPENSER LA VALEUR AJOUTÉE ÉCONOMIQUE ET DU REFUS D'UN DÉCOUPAGE HIÉRARCHISÉ DU MONDE. LE « MAILLAGE PREND EN COMPTE LE RECYCLAGE ÉCOLOGIQUE, AVEC DES PRODUITS LE PRINCIPE « CRADLE TO CRADLE ». IL REFUSE PAR AILLEURS UN DISTRIBUTION OU CERTAINES VILLES CONCENTRENT LA CRÉATION, TANDIS VOUÉES À LA GRANDE DIFFUSION DE VÊTEMENTS SANS ÂME ET QUE DES DE POUBELLES ASSURANT L'ÉCOULEMENT DES INVENDUS.

A

3.

LA MODE DÉMODE AUJOURD'HUI CES THÉORIES DÉPASSÉES INDIVIDUELS SELON UNE PYRAMIDE ALLANT DES NÉCESSITÉS JUSQU'AUX ASPIRATIONS ÉLEVÉES À LA RECONNAISSANCE ET MODE MET EN JEU LA PERSONNE AU DELÀ DE LA PSYCHOLOGIE ELLE S'OUVRE AUX LIENS ET AU COLLECTIF CAR ELLE PARTICIPE CONSTRUIT AVEC L'AUTRE. LA « HAUTE CULTURE », C'EST L'AM-UN PROJET D'INTERMÉDIATION CULTURELLE, JETANT UN PONT LECTIF, NOTAMMENT POUR LES PERSONNES PRIVÉES DE L'AC-DE LA LIBERTÉ DE LEUR CORPS (PRISONNIÈRES, MALADES, INFIRMES, PERSONNES ÂGÉES, HABITANTS RELÉGUÉS DES FAVELAS).

N

QUI ORGANISENT LES BESOINS BASIQUES DE LA SUBSISTANCE À LA RÉALISATION DE SOI. LA CAR ELLE IMPLIQUE LE CORPS ; AUX RELATIONS QUE CHACUN BITION D'ÉRIGER LA MODE EN ENTRE L'INDIVIDUEL ET LE COL- CÈS À LA CULTURE ET PRIVÉES

4.

UN NOUVEL ÉCOSYSTÈME DE LA MENT DE CES TROIS TENDAN- (« SYSTÈME MODE »), PROCESSUS VERT »), VOCATION CULTURELLE

F E

MODE SE DÉFINIT POUR LE XXI^E SIÈCLE AU CROISE- CES LOURDES : PROCESSUS COLLECTIF DIVERSIFIÉ ÉCONOMIQUE ET ÉCOLOGIQUE REPENSÉ (« MAILLAGE AFFIRMÉE (« HAUTE CULTURE »).

5.

LA MARQUE SAKINA M'SA S'EST CONSTITUÉE DEPUIS DIQUE DANS CES TROIS COMBATS. CETTE INTUITION BASES D'UN PROJET COLLECTIF : STRUCTURER À PARTIR POUR TOUTES LES PARTIES PRENANTES, CRÉATEURS, DE LA MODE.

S

PLUSIEURS ANNÉES AUTOUR D'UN ENGAGEMENT MÉTHO- LUI DONNE LA LÉGITIMITÉ NÉCESSAIRE POUR JETER LES DE LA FRANCE UN NOUVEL ÉCOSYSTÈME DE LA MODE COMMERÇANTS, INDUSTRIELS, AMATEURS, AMOUREUX

6.

LES PROGRÈS DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION PEUVENT PERMETTRE UN DÉPLOIEMENT PUISSANT, À L'ÉCHELLE DU GLOBE, DE CE NOUVEL ÉCOSYSTÈME. DES LIEUX D'ÉCHANGES ET DE CRÉATION D'UN TYPE NOUVEAU SERONT INSTITUÉS : LES DE L'APPROCHE DES « FABLABS » ET DES MAGASINS. SOPHISTIQUE SERA PROGRESSIVEMENT TISSÉ : INTERNET DE CONCEPTION 3D, PROCESSUS DE FABRICATION À LA COMMANDE, NUMÉRIQUES ET DES TECHNOLOGIES « FABLABS » À L'UNIVERS

T E

DONNENT TOUT SON SENS À CE PROJET CAR ELLES « FABSHOPS », MARIAGE UN ENVIRONNEMENT WEB COLLABORATIF, SYSTÈMES ADAPTATION DES MACHINES TEXTILE.

7.

FRONT DE MODE

SAKINA M'SA ENTEND ÊTRE À L'INITIATIVE D'UN PROJET MISE EN PLACE DE CE NOUVEL ÉCOSYSTÈME QUI REPOSERA SUR UN JEU D'ALLIANCES ASSOCIANT L'ÉNERGIE ET LES SAVOIR-FAIRE DE DIFFÉRENTS ACTEURS : GROUPES INDUSTRIELS, ACTEURS DE LA « HIGH TECH », ÉCOLES DE MODE ET DE DESIGN, SITES INTERNET GRAND PUBLIC.

DE PRÉFIGURATION ET DE

En 2010, Sakina M'Sa a été lauréate des Bourses Entrepreneurs Sociaux de la Fondation Kering. Depuis lors, le groupe Kering encourage et soutient ses projets, et plusieurs marques du Groupe ont notamment collaboré avec la créatrice. François-Henri Pinault, Président-Directeur général de Kering et Président de la Fondation Kering, a souhaité parrainer l'ouverture du nouveau concept store de Sakina M'Sa : *« Kering, au travers de sa Fondation d'entreprise et de ses marques, soutient le travail de Sakina M'Sa depuis plusieurs années. Sakina incarne des valeurs fortes que le Groupe défend, en faisant « rimer mode et durable ». Elle mène chacun de ses projets avec un enthousiasme communicatif, fait preuve de créativité et d'imagination - des qualités chères à notre Groupe - et je suis heureux d'être le parrain de cette nouvelle initiative. »*

François-Henri Pinault
Président-Directeur général de Kering et
Président de la Fondation Kering



Prêt-à-porter créateurs



1. Lea Peckre

La femme Léa Peckre plane entre notes poétiques et nostalgiques. La créatrice s'inspire de lieux, de scènes de vie, et le sujet de la lumière sera fréquemment au cœur de ses collections. Dès l'élaboration de sa première collection à la cambre, elle s'inspire des églises gothiques pour construire des volumes architecturaux. Par la suite, un autre sujet se dessine spontanément quand elle s'inspire des cimetières. La dimension spirituelle de son travail prend forme au fil des collections et ne sera plus que suggérée pour faire partie intégrante de son univers.

The creator draws her inspiration from places, from scenes of life, and the subject of light is often at the heart of her collections. Since the first collection she made at la cambre, she is inspired by gothic churches to build architectural volumes. Following that, another subject emerges when she draws her inspiration from cemeteries. The spiritual dimension of her work takes shape over the collections and will only be suggested to become an integral part of her universe.

2.(1) Sakina M'sa

Aujourd'hui, la collection Sakina M'Sa est réalisée avec du tissu prestigieux, recyclé de célèbres maisons de couture. Passionnée par le volume, elle a su créer une allure féminine à toute épreuve grâce à ses robes modernes, ludiques et fraîches, aux découpes graphiques avec une palette d'inspiration pour la parisienne.

Today, the Sakina M'sa Collection is made from high fashion tissu, recycled from famous fashion houses. Passionate by the thickness, she has managed to create a feminine figure by all means thanks to modern dresses, playful and fresh, with graphics cut and an inspiring range for "la parisienne".



3. Christine Phung

Christine Phung est une créatrice de mode française. En sept collections, Christine Phung a élaboré un vestiaire entre élégance stricte et sportswear de luxe. À la fois architectural, fluide et coloré, c'est le vestiaire d'une femme résolument en mouvement, une « suractive » compilant tenue et souplesse. La majorité de ses pièces sont faites Made in France, pour le reste, elles sont faites en Europe, toujours avec des tissus de luxe.



Christine Phung is an award winning french fashion designer. In seven collections Christine Phung created a wardrobe between strict elegance and luxury sportswear. Her designs are architectural, fluid and colorful at the same time. Pieces compile both flexibility and style, dressing an "over-active" woman: one that is in constant motion; serious but free. The majority of her pieces are Made in France, the rest of the pieces are Made in Europe. Always made with Luxury fabrics.



4. Damien Ravn

Antwerp-based fashion designer. 2BA and 3BA Fashion Design teacher at the Warsaw Fine Arts Academy. Minimalistic MAXIMALIST.

Prêt-à-porter casual



5.1. Andrea Crews

Andrea Crews détourne les codes de la mode, grâce à sa démarche innovante d'upcycling et son style streetwear couture. Elle est précurseur d'une mode décomplexée et colorée. Elle a déjà créé et présenté quinze collections qui se déclinent en deux lignes. La ligne de High street et la ligne artisanale, faite de pièces uniques upcyclées réalisées dans son atelier parisien.

Andrea Crews is the precursor of the playful and colorful eco-friendly fashion thanks to its innovative process of upcycling and its streetwear couture style. Andrea Crews has designed & presented more than fifteen collections, which are developed around two lines. The High street line and the artisanal one, consisting of upcycled unique pieces produced in its parisian atelier.

2.(2) La Blue Line

La « Blue line » : le recyclage du bleu de travail. La Blue line c'est le détournement de la matière pour en faire un nouveau modèle d'expression. Les bleus de travail sont achetés chez Emmaüs et auprès d'entreprises, décousus, déstructurés et rassemblés pour la création d'une nouvelle donne créative. Les ouvriers, « travailleurs de l'ombre passent du côté de la lumière » se plaît à dire Sakina. L'uniforme est recyclé dans une gamme « lifestyle chic », un vêtement pour les « working CLASSE heroes ». De l'usine à la mode, le patchwork des tissus se transforme en patchwork social.

The "Blue Line": work overalls recycling. The Blue Line is a matter's diversion to make a new expression model. Working overalls are bought at Emmaüs' and at uncut, unstructured, and gathered companies under the flag of new creative order. Workers, "workers are escaping the shade to reach the light" as Sakina likes to say. The work uniform is recycled in a "lifestyle chic" range, a cloth for the "working class heroes". From the factory to the fashion, the tissu patchwork is transforming into social patchwork.



6. Misericordia

Aujourd'hui l'équipe Misericordia ce sont 40 hommes et femmes de 19 à 55 ans, solidaires et passionnés, qui travaillent ensemble. Les ouvriers qualifiés de Misericordia assument toutes les étapes de réalisation des vêtements grâce à une organisation artisanale, typique des productions de la haute-couture. Nous choisissons chacune des matières premières grâce à un sourcing local qui nous permettent de développer des vêtements de haute qualité, de représenter la richesse du Pérou et de contribuer à dynamiser l'économie du pays. Ainsi les cotons Tanguis et Pima, le Modal, le baby-Alpaga sont les matières phares de Misericordia.

Today, Misericordia it's a team of 45 men and women from 19 to 55 years old, supportive and passionate, who works together under the impulse of Aurelyen. Our skilled workers assume all the steps of making garments. Thanks to our artisanal organization, typical from the haute couture productions, Misericordia employees develop a special know-how. Misericordia selects scrupulously every raw material thanks to a local sourcing that allow us to develop high quality clothing but also to represent the richness and to contribute to boost the country economy. So the Pima and Tanguis cottons, the Modal, the baby alpaca or the organic cotton are our favorite materials.

7. Naco Paris

NACO PARIS , créateur de mode, directeur créatif et artistique, consultant mode Français. Décrit par la presse comme « Le seul créateur de mode qui n'aime pas la mode » ou encore de « Robin Des Bois de la mode », Naco Paris créé des collections Unisex inspirées de son univers personnel, son gout pour l'art, pour la scene underground et l'insolite depuis 2001. Esthétique ultra-moderne, minimaliste et Punk attitude sont combinées dans ses collection afin de dénoncer la folie de la consommation de l'industrie du luxe. Jouissant d'une réputation internationale, NACO PARIS's collections sont distribuées dans les principales « capitales de mode » : Paris, New-York, Antwerp, Berlin, Hong-Kong, Copenhagen, Helsinki, Dubaï, Beirut... Ses créations font l'objet d'un véritable culte au Japon et sont distribuées dans les rincipaux points de vente de Tokyo, Osaka et Nagoya. Naco Paris est le créateur du mondialement célèbre sac « Karl Who ? » Depuis 2013 Naco développe également une activité d'art contemporain parallèlement a sa carrière dans la mode.

NACO PARIS, French fashion designer, Creative and artistic director , fashion consultant. Described by the press as "the only designer who doesn't like fashion" or "Fashion's Robin Hood", NACO PARIS has been creating unisex wear inspired by his personal background, his taste for the arts, the underground and the unusual since 2001. Ultra-modern aesthetics, minimalism and a punk attitude are combined in his collections in order to denounce the consumption craze promoted by the luxury industry. Enjoying an international reputation, NACO PARIS's collections are sold in the world's most famous fashion cities: Paris, New-York, London, Antwerp, Berlin, Hong-Kong, Copenhagen,



Helsinki, Dubaï, Beirut... His designs have acquired cult status in Japan and are sold in the most fashion-forward shops of Tokyo, Osaka and Nagoya. NACO PARIS is the designer of the now worldwide famous "Karl Who ?" bag. Since 2013 Naco developpe a parallel activity as contemporary artist to his fashion career .



8.

Katharine Hamnett

Katharine Hamnett est une styliste Anglaise et une légende dans la mode. Elle a étudié la mode à St Martins School of Art et lancé sa propre ligne en 1979. Votée Designer of the year, styliste la plus influente de l'année en 1984, elle a eu un énorme succès mondial et a comme clients les meilleurs magasins du monde dans 40 pays. En 1989 elle a fait des recherches sur l'impact de l'industrie du vêtement sur le plan social et sur l'environnement et a découvert un cauchemar. La pollution et destruction de l'environnement de manière générale. Des Millions d'ouvriers textile, et producteur de coton qui vivent et meurent dans des conditions pires que l'esclavage. Des milliers de suicides par an, dû aux dettes accumulées par l'achat de pesticides. Le vrai prix du vêtement est payé en dégradation environnementale et souffrance humaine. Depuis ce temps, elle lutte pour améliorer la façon dont l'industrie fonctionne. Elue la « Reine de l'écologie » par Vogue, et « Premier Héro éthique Britannique » par le magazine New Consumer

Katharine Hamnett is an English designer and Fashion Legend. She studied Fashion at St Martins School of Art, and launched her own line ,Katharine Hamnett London, in 1979. She was awarded 'The most influential designer of the Year' in 1984, and became one of the most successful designers in the world, selling in all the best stores in over 40 countries. In 1989 she did research into the social and environmental impact of the clothing industry and discovered a living nightmare:Environmental destruction on a Global scale, millions of garment workers and cotton farmers living and dying in conditions worse than slavery.Thousands of suicides due to pesticide debt. The true cost of Fashion is being paid in environmental degradation and human suffering. Since then she has been tirelessly campaigning for the industry to change its ways. Named 'Queen of Green' by Vogue magazine.Voted'Britain's no1 ethical Hero' by New Consumer magazine



9.(1)

11.11

11.11 / eleven eleven est la marque de Prêt à Porter indienne du collectif créatif CellDSGN Pvt. Ltd, dont les directeurs artistiques sont Shani Himanshu et Mia Morikawa, respectivement Fashion Designer et Graphic Designer. 11.11 consolide son implantation dans le prêt à Porter de luxe tout en cherchant à renforcer les liens entre ce luxe et un monde rural source de matières premières (cultivateurs de coton, éleveurs de moutons/ chèvres/etc...), et d'artisans créateurs et maîtres de techniques ancestrales (filature et tissage manuel, teinture végétale, imprimerie artisanale).

11.11 / eleven eleven is the pret label of the parent company CellDSGN Pvt. Ltd. whose design vision and marketing initiatives are spearheaded by the entrepreneurs Shani Himanshu, Mia Morikawa who are respectively Fashion Design & Graphic Design graduates. 11.11 has consolidated its roots in the luxury space,while emphasizing on creating links between farmers, weavers, vegetable dyeing and block printing traditions. This resulted in a coherent and meaningful high fashion garment line that created grounds for ethical products while ensuring sustainability of local strengths.





11. Ambrym

La conception et la réalisation des créations d'Ambrym s'inscrivent dans une consommation durable et raisonnée, emprunte de valeurs écologiques. Les collections Ambrym s'étendent du prêt-à-porter aux accessoires en passant par une petite ligne de maille tricotée.

Today more than ever, we feel the need to assert our ecological values while perpetuating ancestral knowhow, so that Ambrym garments stay in keeping with a sustainable and reasonable consumption. Both conception and realization are full of attention and sense, with a collection made with organic and ecologic fabrics, and a production exclusively made in France.

10.(1) Armoire de femme

Armoire Officielle a été fondé en 2012 à Copenhague. Kjetil Aas, co-fondateur et directeur artistique Norvégien, a de l'expérience dans de nombreuses positions en tant que designer au Danemark. Imprégnés des traditions du design Scandinave intemporel et fonctionnel, nous sélectionnons des pièces classiques pour les réinterpréter et actualiser. Armoire Officielle ne considère pas le développement durable comme une tendance passagère, mais comme un fondement du design. Nous luttons pour le développement durable durant tout le processus, développer des vêtements qui traversent les saisons et les tendances.

Armoire officielle was established in Copenhagen, summer 2012. Norwegian born co-founder and Creative Director Kjetil Aas has a background from various design positions in Denmark. Steeped in Scandinavian design traditions we embrace timelessness and functionality, selecting classic pieces and re-interpreting them in the present context. Armoire Officielle does not regard sustainability as a passing trend, but more like an attitude that underlies all design. We strive for sustainability in all processes, developing garments that surpass seasons, trends and whims.



Prêt-à-porter homme

12.

Pic de Nore

Un leitmotiv : la qualité pull.
Le pull fabriqué 100% Français :
Pic de nore "maille in France"
Tous les pulls de la marque
Pic de Nore sont made in France,
tricottés et confectionnés à Castres.
Des pulls et des vestes uniques...
au style audacieux. Les pulls mode
Pic de Nore se démarquent par leur
style influencé par l'histoire
de la manufacture et conjugué avec
les tendances : finitions, couleurs,
motifs, jacquards, jeux
de maille, fonctionnalités techniques
apportent une vraie différence...
fabriqués en série limitée
et numérotés.

*A fabrication 100% French:
Pic de Nore "Mesh in France"
Every jumper of the brand
Pic de Nore is knitted and
confectioned in Castres. The label
"Origin France guaranteed" has
been obtain from the first collection
launched for winter 2013. This label
warranties the origin of the collections
and their "Made in France" values.
Jumpers and jackets that are unique...
with an audacious style. The jumpers
stand out with their style influenced
by the story of the manufacture
combined with the latest trends
of fashion: the finish, colours, pattern,
meshing, technical functions bring
a real difference... production is
limited and nulbered.*



5.(2)

Andrea Crews

Andrea Crews détourne les codes de la mode, grâce à sa démarche innovante d'upcycling et son style streetwear couture. Elle est précurseur d'une mode décomplexée et colorée. Elle a déjà créé et présenté quinze collections qui se déclinent en deux lignes. La ligne de High street et la ligne artisanale, faite de pièces uniques upcyclées réalisées dans son atelier parisien.

Andrea Crews is the precursor of the playful and colorful eco-friendly fashion thanks to its innovative process of upcycling and its streetwear couture style. Andrea Crews has designed & presented more than fifteen collections, which are developed around two lines. The High street line and the artisanal one, consisting of upcycled unique pieces produced in its parisian atelier.



10.(2)

Armoire d'Homme

Armoire Officielle a été fondé en 2012 à Copenhague. Kjetil Aas, co-fondateur et directeur artistique Norvégien, a de l'expérience dans de nombreuses positions en tant que designer au Danemark. Imprégnés des traditions du design Scandinave intemporel et fonctionnel, nous sélectionnons des pièces classiques pour les réinterpréter et actualiser. Armoire Officielle ne considère pas le développement durable comme une tendance passagère, mais comme un fondement du design. Nous luttons pour le développement durable durant tout le processus, développer des vêtements qui traversent les saisons et les tendances.

Armoire officielle was established in Copenhagen, summer 2012. Norwegian born co-founder and Creative Director Kjetil Aas has a background from various design positions in Denmark. Steeped in Scandinavian design traditions we embrace timelessness and functionality, selecting classic pieces and re-interpreting them in the present context. Armoire Officielle does not regard sustainability as a passing trend, but more like an attitude that underlies all design. We strive for sustainability in all processes, developing garments that surpass seasons, trends and whims.





9.(2)

11.11

11.11 / eleven eleven est la marque de Prêt à Porter indienne du collectif créatif CellDSGN Pvt. Ltd, dont les directeurs artistiques sont Shani Himanshu et Mia Morikawa, respectivement Fashion Designer et Graphic Designer.

11.11 consolide son implantation dans le prêt à Porter de luxe tout en cherchant à renforcer les liens entre ce luxe et un monde rural source de matières premières (cultivateurs de coton, éleveurs de moutons/chèvres/etc....), et d'artisans créateurs et maîtres de techniques ancestrales (filature et tissage manuel, teinture végétale, imprimerie artisanale).

11.11 / eleven eleven is the pret label of the parent company CellDSGN Pvt. Ltd. whose design vision and marketing initiatives are spearheaded by the entrepreneurs Shani Himanshu, Mia Morikawa who are respectively Fashion Design & Graphic Design graduates.

11.11 has consolidated its roots in the luxury space, while emphasizing on creating links between farmers, weavers, vegetable dyeing and block printing traditions.

This resulted in a coherent and meaningful high fashion garment line that created grounds for ethical products while ensuring sustainability of local strengths.

13. Smith Wykes

En 2010, Rory Wykes et Michael Smith lancent leur propre marque, unis par la philosophie que le vêtement doit sublimer l'homme, et non l'éclipser. Autour d'un univers qu'ils souhaitent pur, moderne et naturellement masculin, les créateurs insufflent des valeurs d'indépendance créative et de générosité d'esprit aux lignes qu'ils conçoivent. Dans leur processus créatif, l'échange constant est vital. Ensemble ils créent des collections qui révèlent leur goût du détail et de la qualité : des lignes justes, des éléments graphiques contemporains, des matières et une confection européennes.

Smith-Wykes is a creative partnership which celebrates personal character through its modern and masculine aesthetic.

The brand was born in 2010 after designers Rory Wykes and Michael Smith bonded over eclectic music on New York's experimental club scene, sharing the belief that menswear should work to complement rather than overshadow personality.

At its heart, Smith-Wykes is an English brand, drawing inspiration from classic heritage designs and layering on elements of the Paris arts culture to create utilitarian clothing with sharp tailored elements. Smith-Wykes work to source and produce their collections in Europe, celebrating the high quality and craftsmanship of the small family run businesses.



Enfants

14.

BodeBo

Vêtements contemporains pour enfants modernes : de 2 à 12 ans. BodeBo fait preuve d'une impressionnante force créatrice et réinvente la mode pour enfants depuis dix ans. Loin des codes vestimentaires imposés aux enfants de moins de 12 ans, Ann Ramirez -fondatrice et créatrice- travaille des volumes extraordinaires tout en structurant ses vêtements qui explosent de couleurs et de motifs originaux. Refusant tous les diktats, Ann crée uniquement ce qui l'amuse et la rend heureuse, puis cherche des moyens et des solutions pour amener ses créations à leur réalisation puis à leur distribution. Les enfants sont magnifiés et respectés dans leur mode de vie, ils rayonnent à travers les vêtements qu'ils portent. Les parents sont éblouis et les enfants deviennent addicts. Avec toutes ces bonnes vibrations BodeBo est une marque haut de gamme par sa créativité, son excellente qualité 100% made in France et sa distribution sélective. Grâce à son style élégant et audacieux, BodeBo a suscité l'intérêt au-delà des frontières et des océans et les collections sont distribuées dans plus de vingt pays.

BodeBo : Contemporary fashion for modern kids from 2 to 12

BodeBo has an impressive creative strength and reinvents childrens' fashion for the past ten years.

Far from dress codes imposed for kids under 12 years, Ann Ramirez -owner & designer- introduces volumes while structuring clothes that explode with colors and quirky patterns. Refusing all dictates, Ann creates only what amuses her and makes her happy, then seeking ways and solutions to bring these creations to their realization and distribution.

Children are magnified and respected in their way of life. They radiate through the clothes they wear. Parents are dazzled and children become addicts.

With all these good vibes BodeBo is a high-end brand by its creativity, its finest production 100% made in France and its selective distribution. Thanks to its elegant and bold style, the brand has attracted interest beyond borders and oceans and BodeBo lines are distributed in more than twenty countries.





16. Clotaire

Clotaire : La marque de chaussures chic & culte.

Clotaire s'emploie à démocratiser le port de la chaussure en cuir chez les enfants. Dans la cours de récréation, le dimanche, pour un mariage...

Clotaire est de toutes les sorties. En cuir, doublée de cuir, fabriquées au Portugal, Clotaire propose des modèles intemporels, le plus souvent mixtes, dans une palette tranchée et téméraire.

Clotaire is based on a single, unique concept: common sense. We sell children's unisex shoes in timeless designs, expertly manufactured in Portugal and exclusively sold on our internet site. Our boots are lined with soft Italian leather and modernized by their fresh range of colours and contrasting laces and stitches." We're committed to maintaining this same high level of quality at a reasonable price in order to become the market reference for parents."

15. Risu Risu

risu.risu, c'est le rêve un peu fou de Camille Fleck, sa fondatrice et maman de 6 enfants qui voulait créer une vraie marque de mode bio pour que les mamans puissent habiller leurs enfants avec plaisir et en toute tranquillité : vêtements et puériculture sont produits à petite échelle entièrement en France, les cotons sont biologiques et les teintures écologiques.

risu.risu, it is the dream of Camille Fleck, its founder and mum of 6 children, who wanted to create a true fashion brand to enable mothers to put gorgeous clothes on to their children, without any concern for their health : the clothes and the child care items are produced on a small scale in France, the cotton is organic and the dyeing ecological. risu.risu : a delicate fashion for green minded children !



Sacs créateurs

17. Exocet

Dans un univers trop cloisonné, EXOCET entend rapprocher le monde de la mode et celui de la technologie. La marque EXOCET est née à Paris en Aout 2014 de l'union créatrice entre deux jeunes stylistes diplômées de l'école ESMOD à Paris, originaires de Beirut et de Hong Kong. Fort de ces origines métissées et débridées, les stylistes ont décidé d'appeler leur marque EXOCET, nom d'un poisson volant des mers chaudes, qui symbolise le caractère hybride de leurs créations. En s'appuyant sur l'impression 3D, pierre angulaire de leurs créations, les stylistes proposent une gamme de sacs à main novateurs et chaque sac fusionne avec un animal imprimé en 3D.

The brand EXOCET is born in Paris in August 2014 through the union of two designers originally from Beirut and from Hong-Kong who have graduated from ESMOD in Paris. The name EXOCET, signifying a flying fish, is thus inspired from this metis and unbrideled origin. This is a symbol of their hybrid creations. Exocet is a union between fashion and technology mixing traditional savoir faire (working with leather goods) and an avant-garde technique (3D printing). The theme of Mélange and hybridization is an integral part of our identity and each bag holds a hybrid animal or a vegetal figure 3D printed in France.



18. De Gris

Aussi magnétique que singulière, la ligne de maroquinerie imaginée par la maison De Gris dévoile un territoire sensible et inédit. Dans un geste quasi alchimique, la rencontre du cuir et de la come, matière sculptural issue d'une confection artisanale, fait naître une architecture intemporelle, empreinte d'élégance et de sobriété.

Un sac De Gris, c'est un objet de mode qui impose, comme une évidence, sa modernité. C'est aussi une création éthique, la démonstration que la solidarité créative peuvent se rejoindre autour d'idées novatrices, les sacs De Gris combinent le savoir-faire français aux plus beaux ouvrages issues de la tradition haïtienne.

As much magnetic as it is singular, the leather goods collection imagined by de Gris unveils a sensitive and unseen territory. In an almost alchemical gesture, the combination of leather and horn, sculptured material stemmed from handcrafted production, brings to life a timeless architecture, imbued with elegance and sobriety. The De Gris bag is an object of fashion, which imposes its modernity. It is also an ethical creation, a demonstration that solidarity and creativity can be met around innovative ideas. Entirely assembled in France, the de Gris bags combine the French savoir-faire and the most finely-crafted work of the Haitian tradition.





19.(1) Bonana Van Mil

Bonana Van Mil puise son inspiration dans les contrastes, entre l'Afrique et l'Europe, mêlant les couleurs chatoyantes et les formes inspirées des tissus anciens d'Afrique du sud et du Botswana avec des structures minimalistes et épurées. Chaque pièce est produite à la main dans son atelier à Paris. Les motifs sont imprimés manuellement sur des tissus luxueux 100% soie ou des mélanges laine/soie dans une version moderne de la technique du «tie and dye». Studio BVM by BONANA VAN MIL est Made in France, fait main.

Bonana van Mil is inspired by two completely opposite worlds. Africa and it's vibrant colours with chaotic structures and Europe with rigid organisation and minimalism. She works with natural materials and has a self-proclaimed weakness for silk and mania for color; quirks that she expresses with passion and precision in her creative process. She currently lives in Paris and began creating her line of accessories in 2011. The collections are produced entirely by hand with subtle details on every individual item, making it unique and desirable to wear. Studio BVM by BONANA VAN MIL is handmade in France.

20. Entre 2 rétros

Entre 2 Rétros relève le défi de conjuguer mode, durabilité et design en transformant des matériaux industriels en sacs et accessoires. Entre 2 Rétros est une marque créée par 2 françaises au concept original et unique : la récupération et transformation de matériaux techniques et solides comme le tissu automobile, le cuir et les ceintures de sécurité de mode. En ne réutilisant que des matériaux existants, Entre 2 Rétros ne dépense ni ressource naturelle ni énergie supplémentaire et fabrique des produits durables et responsables. Dans un style rétro chic inspiré de l'automobile des années 50 et 60, Entre 2 Rétros élabore des sacs fonctionnels : housses ordinateurs et iPad, trousse de toilette, étui lunettes, mais aussi affaires d'un week-end, ou d'une journée en ville. Tous y trouvent leur place avec grâce. La force et l'originalité de la marque sont le concept de « séries limitées », dès que les tissus sont épuisés, la gamme se renouvelle, ainsi que la qualité de ses produits. Partant de matériaux solides et ultra-résistants, Entre 2 Rétros propose une gamme de sacs ultra robustes. Les finitions sont soignées, chaque détail est étudié pour apporter de la praticité au produit.

21. Quinoa

Quinoa Paris aspire à une conception éthique, ludique et durable. À travers le choix des matériaux bruts et nobles (cuir certifié tanné végétal & accessoires en laiton massif) la marque oeuvre à communiquer et partager ses valeurs. Le design se doit d'être une source d'inspiration positive alliant le beau au respect de l'environnement.



Entre 2 Rétros is a brand created by 2 French girls with a unique and original concept : the upcycling of technical materials (like car fabric, leather and seat belts) into bags and fashion accessories. Entre 2 Rétros uses existing materials in order not to use any other natural resource. In a retro style inspired from car races of the 50's and the 60's, Entre 2 Rétros proposes a wide range of practical and elegant products : iPad and laptop covers, toiletries, glass covers, but also computer bags and traveling bags. Due to its materials all products are strong and light at the same time, all details are important and well cared. The brand's strength is in its "limited series" concept: as soon as a material is finished, products are rethought and new.



Quinoa Paris aspires to an ethical, fun and sustainable design. Through the choice of raw and noble materials (certified vegetable-tanned leather & solid brass accessories) the brand strives to communicate and share its values. Design must be a source of positive inspiration that combines beauty with respect for the environment.

Chaussures créateurs

22.

Ateliers Tersi

Ateliers Tersi vous invite à découvrir ses collections de souliers inspirés : véritables objets d'art, d'art vécu. Produits en séries limitées, les souliers sont uniques et créés sur commande. Plus qu'un modèle d'artisanat, ce sont des souliers féminins en cuir pour lesquels Ateliers Tersi s'attache à rechercher des peaux rares et des très grande qualité. Notre première volonté : défendre l'artisanat français, prôner l'excellence dans la fabrication de nos chaussures et sublimer nos cuirs. Ainsi, nous travaillons des deux ateliers situés vers Romans-sur-Isère berceau de la chaussure de luxe en France.

Bold women one day, temperamental the next, playful one morning and untamed one night... Ateliers Tersi insists on mastering the arch and providing an optimal fit, and invites you to discover its collections of inspired shoes. These shoes are true works of art; art of living. Manufactured in limited editions, these shoes are unique and made to order. Beyond being just an artisanal model, they are women's leather shoes for which Les Ateliers Tersi is adamant upon unearthing rare and very high quality skins. Our first commitment here at Les Ateliers Tersi is to defend French craftsmanship, achieve excellence in the manufacturing of our shoes and sublimate our leathers. That is why we have decided to work with two workshops located near Romans-sur-Isère in the Rhône-Alpes region, in southeastern France.



Footwear

23. Veja

5 ans après. Le monde a compris que l'urgence sociale et la crise environnementale étaient certaines. Jour après jour, les néo-prophètes en tout genre tirent les sonnettes d'alarme, l'économie se verdit, les discours se "développement-durabilisent"... L'action reste rare et le verbe foisonnant. Agir. Et malgré cette « nouvelle » économie à la devanture verte, essayer de proposer une vision différente. Celle qui lie le bio au commerce équitable, celle qui joint développement économique, environnemental et social. Celle qui propose une évolution culturelle. Globale. La transparence.

5 years on - The world understands that social issues and environmental crisis are now matters of urgency. Day after day, prophets of all kind are pulling the emergency cord, the entire economy is turning green and sustainable-developmentising speeches are spreading around. Actions remain scarce but words abound. Beyond movies about the environment, beyond multinational companies building green windows to hide disasters, beyond the Copenhagen speeches filled with words and political promise.... Action. And despite this green-fronted economy, let's try to offer a different vision which combines fair trade and ecology and links together economy, social initiatives and the environment. A vision that proposes cultural change. Transparency.



24. Our Family Shoes

Our Family est né de nos rencontres avec des victimes de la censure dans différentes régions du globe. Nous avons 25 ans en moyenne et de retour en France nous avons eu envie d'offrir à notre génération la possibilité d'acheter une paire de chaussures qui, à son niveau, œuvrerait pour un monde meilleur et plus libre. C'est la naissance de notre 1er modèle Freedom. Les bénéfices dégagés sont reversés à des associations soutenant, chacune à leur manière, la LIBERTÉ. Chacune de nos collections se fera en partenariat avec des artistes. Pour notre première collection, nous avons choisi de nous associer à l'artiste Ren Hang, censuré dans son pays, la Chine.

Our Family is the outcome of our encounters with the victims of censorship in different parts of the world. Our average age is 25 and, after returning to France, we decided to offer our entire generation the chance to buy a pair of shoes that would contribute, in a small way, to a better and freer world. That was the reasoning behind our first model, Freedom. All profits from the venture will be paid over to associations that support, in their different ways, FREEDOM. Each of our collections will be realized in partnership with artists. For our first collection, we have chosen Ren Hang, a photographer whose work is censored in his home country, China.



25. Angarde

Angarde signifie « avant-garde » en vieux français. La marque trouve ses racines dans l'espadrille traditionnelle mais propose des modèles innovants et urbains. Les collections sont dessinées en France et produites en Espagne, par une entreprise familiale ayant plus de 25 ans de savoir-faire. Le coton et les autres tissus proviennent de grands ateliers espagnols. Inspirée de la slipper et de la sneaker, Angarde est une « sliker » au look espadrille. Afin de compenser ses besoins en eau pour produire ses toiles de coton, Angarde s'engage et soutient l'ONG Solidarites International en distribuant une partie de ses bénéfices. Pour chaque paire achetée, 1L d'eau potable est distribué par jour et pendant 30 jours à un enfant en situation d'urgence en Afrique.

The name Angarde comes from "avant-garde" in ancient French : a concept at the crossroad of authenticity and modernity, of vintage and avant-garde. The models have been designed in Paris and produced in a Spanish factory that boasts more than 25 years of know-how. Cotton and other fabrics come from high end workshops in Spain. Angarde is a "sliker", a mix between slipper and sneaker shoes, with an espadrille touch. Angarde commits to make up for the water used in the production of its cotton canvas: Angarde supports the NGO Solidarites International by returning part of its income to improve access to drinkable water in Africa. For each pair of Angarde shoes bought, Angarde gives access to 1L a day for 30 days of drinkable water to an inhabitant.



26. Pairs in Paris

Baskets de ville mixtes haut-de-gamme. Une basket travaillée à la façon d'une chaussure habillée. Une rencontre est la pierre angulaire de ce projet : Caroline, formée chez un cordonnier artisanal, pour des commandes sur-mesure, diplômée de la Cambre, et styliste pour la maroquinerie, la chaussure, et le bijoux pour des maisons parisiennes, et Antonin, graphiste et collectionneur de baskets rares. De cette union du « street » et de l'élégance va naître Pairs in Paris. Pour la saison d'hiver 15/16, Pairs in Paris continue d'annobler les archétypes de la basket. Les matières techniques côtoient les matériaux les plus précieux. Cuirs de veaux hautement qualitatifs, et pièces métalliques dorées à l'or 14k. Ces chaussures élaborées à Paris sont pensées pour des citadins en mobilité perpétuelle, et sensibles à la qualité d'un design intemporel. La dualité unissant le bien-être d'une basket urbaine et la qualité d'un savoir-faire, définit la philosophie de Pairs in Paris.



High-end leather unisex trainers elaborated in the same way as a tailored shoes. An happy encounter is the cornerstone of this story: Caroline, accessories designer for shoes, bags and jewellery for several fashions houses in Paris after to be educated by a handmade shoemaker, for made on measure orders and to be graduated from la Cambre fashion school and Antonin, graphic designer, and rare sneakers collector. From this union of "streetstyle" and the elegance, will born pairs in paris. For the winter 15/16, Pairs in Paris continue to ennoble the archetypes of sneakers. The technicals components are mixed with precious materials. The calfskins leathers are highly qualitative, and the metallic end-lace are gilded in gold 14k. The shoes are designed in Paris, made for city dwellers to move easily while being sensitive to the quality of a timeless design. The duality binder urban sneakers and the quality of materials and know-how defines the philosophy of Pairs in Paris .

Bijoux

27.

Ombre Claire

Ombre Claire, c'est un univers graphique dans lequel se décline une ligne de bijoux au design contemporain. Aude Durou, la créatrice, imagine et dessine les modèles qui sont ensuite façonnés par des artisans Touaregs au Niger. De cette rencontre naissent à chaque saison des collections qui empruntent à la culture saharienne des motifs avec lesquels la créatrice s'amuse, les mélangeant avec ses influences personnelles. Chez Ombre Claire, le plus grand luxe est la délicatesse prêtée aux petites choses, la finesse des traits, des ciselages, le soin apporté au choix des matériaux. L'élégance vient de la matière, de la connaissance des savoir-faire partagés et du respect porté à tous ceux qui participent à l'aventure.

Ombre Claire is a graphic world where comes a jewelry line with contemporary design. Aude Durou, the creative, imagine and draw the models which are then made by Tuaregs artisans in Niger. This meeting are born every season collections that borrow Saharan culture patterns with which the creative fun, mixing them with his personal influences. At Ombre Claire, the greatest luxury is paid to the delicate little things, fine lines, of chiseling, the careful selection of materials. The elegance comes from matter, knowledge of shared skills and respect extended to all those involved in the adventure.

28.(1)

Clémentine Henrion

À travers une approche transversale, entre design de mode, illustration, scénographie, stylisme, les créations de Clémentine Henrion exaltent tous les sens et les imaginaires. La minutie des pièces de laiton doré à l'or fin rencontre la spontanéité des cristaux bruts. Des cordes scintillantes de papier mizuhiki et des crêtes frangées en rhodoïd aux reflets fantastiques rythment la collection dans une confrontation festive de matières nobles et synthétiques, naturelles et surnaturelles, minutieusement découpées, tressées, et brodées artisanalement.



Clémentine Henrion is a 35 year old French designer based in Paris. Each creation was inspired by stories of extraordinary journeys and explorations of the earth's wonders and meant to feel like a night flight above beautiful landscapes. Meticulously designed gilded brass pieces meet crystals in the rough, scintillating threads of Mizuhiki paper and reflecting rhodoïd fringes add to the collection in an alliance of natural and supernatural materials, minutely hand crafted, braded, and embroidered.



29. Maelle De La Forge

Intégralement fabriquées en France, les bijoux De La Forge se définissent par un savoir-faire délicat et exclusif liant artisanat, technologie et innovation. De la proximité avec ces différents ateliers naît un processus de recherche technique associé à un héritage ancestral : la conjugaison entre modernité et tradition. Autant de techniques inédites et pointues qui apportent le réalisme, la légèreté et la grâce indispensables aux modèles De La Forge. La marque s'impose à travers une esthétique singulière qui donne jour à des bijoux résolument modernes, emprunts d'une nostalgie historique. Dentelles de métal enfermées dans un écrin de transparence ou sculptures massives, les collections s'articulent autour d'un paradoxe : la force des contraires. Une vision poétique et audacieuse où chaque bijou raconte une histoire propre à chacun, et devient alors un véritable accessoire de l'identité.

Fully manufactured in France, the jewelry De La Forge is defined by a delicate and exclusive savoir-faire which binds crafts, technology and innovation. Proximity with its several workshops results a process of technical research associated with an ancestral heritage: the conjunction between modernity and tradition. Many new and advanced techniques which bring realism, lightness and grace, essential to the models De La Forge. The brand imposes itself through a singular aesthetic that gives birth to resolutely modern jewelry, imbued with historical nostalgia. Metal laces enclosed in a case of transparency or massive sculptures, the collections revolve around a paradox: the strength of opposites. A poetic and daring vision where each piece tells a story specific to each, and then becomes a true accessory of the identity.

30. Regina Dab Dab

Regina Dabdab est une créatrice brésilienne installée à Paris depuis 2005. Ses influences : la flore et la faune de l'Amazonie et l'architecture en béton de la plus grande ville en Amérique latine, sa ville de Sao Paulo où elle est née. Chaque élément de sa joellerie est unique, délicatement étudié, choisi et manipulé avec une précision de couleurs, de textures et de formes. Chaque élément est unique, délicatement étudié, sélectionné et manipulé avec une précision en couleurs, textures et formes. Tout est fait à la main dans son atelier Parisien.



Regina Dabdab is a Brazilian jewelry designer based in Paris since 2005. She is influenced by Amazonian flora and fauna, concrete architecture of largest city in Latin America, her born Sao Paulo city as well as Natural History Museum aesthetics. By taking nature as her main inspiration, she explores shapes combining and harmonizing their sophisticated forms. Each of elements of the jewellery is unique, delicately studied, selected and manipulated with accuracy by colours, textures and shapes. It is all familiar and handmade in her stylish workshop in Paris.





31. Le Workshop

Atelier parisien dédié à la création et au façonnage de pièces d'exception en cuir et peaux exotiques dans le respect des savoir-faire traditionnels. Né de la reconversion professionnelle de Valérie, traductrice, voyageuse, runner et music addict. leWORKSHOP réinterprète pour Front de Mode, son bracelet « Bagatelle ». Petite série de bracelets façonnés à partir des chutes de cuir des réalisations de la saison, sélectionnées par Sakina M'sa, et dont le fermoir s'inspire de la géométrie et des textures de sa collection.

Paris workshop dedicated to the design and creation of unique pieces using traditional and exotic leather skins following traditional know-how and practices... set up by Valerie, former translator, keen runner, travel buff and music addict. leWORKSHOP is revisiting its "Bagatelle" bracelet for Front de Mode. Small series of bracelets made from leather scraps from the season's creations selected by Sakina M'sa with a clasp inspired by her collection's geometry and textures.

32. Jem

JEM Jewellery Ethically Minded
Une joaillerie contemporaine et engagée. Née en 2009, JEM Jewellery Ethically Minded, incarne une joaillerie nouvelle, moderne, résolument tournée vers l'avenir. Des lignes contemporaines épurées, recherchant l'évidence de la forme et la force de la simplicité. Un engagement éthique et transparent, soucieux du respect des hommes et de la nature à chaque étape du cycle de vie des bijoux, des métaux précieux à la vitrine. L'Or éthique de JEM provient de mines artisanales éco-responsables certifiées fairmined, garantissant le respect de standards rigoureux en matière de protection de l'environnement et de développement économique et social des communautés minières, construisant avec elles des relations commerciales justes et solidaires. Du dessin initial à la pièce finale, les créations JEM sont façonnées en France, dans les Vosges, au sein d'ateliers joailliers artisanaux au savoir-faire séculaire. Imaginées comme une invitation à une élégance nouvelle, les créations JEM traduisent les changements d'une société consciente, à la recherche d'un luxe en mouvement, durable et désirable.

A contemporary and responsible fine jewellery. Created in 2009, JEM Jewellery Ethically Minded, embodies a renewed, modern fine jewellery, resolutely turned to the future. Contemporary clean lines, seeking for evidence of shape and strength of simplicity. An ethical and transparent commitment, concerned about respect for both humans and nature at every step of Jewellery lifecycle, from precious metals to showcase. JEM's ethical Gold is extracted from artisanal and FAIRMINED certified mines, guaranteeing rigorous standards for environmental protection and economic and social development of mining communities, building with them fair and respectful trade relations. From the initial design right through to the finished piece, JEM's creations are made in France, in the region of Les Vosges, within fine jewellery ateliers using age-old artisanal know-how. Imagined as an invitation to a new elegance, JEM's creations reflect changes of a conscious society, in search for a dynamic, sustainable and desirable luxury.



Lunettes de soleil



33. Rezin

Les différentes essences proposées chez REZIN ont été soigneusement sélectionnées pour vous proposer des lunettes souples, robustes tout en conservant l'aspect naturel du bois. Ce noble matériau rend donc chaque modèle unique... C'est la philosophie REZIN: Vous proposer un design original avec une finition unique. Tous les produits REZIN sont découpés et assemblés à la main à partir de pièces de bois brut.

At REZIN we've gone back to our roots to offer you truly unique eyewear. The various types of wood used in REZIN sunglasses have been expertly selected for optimal appearances, flexibility and warm touch. Wood is the quintessential "living and breathing" material. This is why each pair of sunglasses may vary slightly despite going through the same production process. Our designs are unique, as is the wood from which they are made. All REZIN Models are handmade, carved and assembled from quality hardwood.

Maillots de bain

34. Luz

Depuis 2011, Luz collections crée entre Paris et Buenos Aires la première ligne de swimwear socialement responsable. Le 93/7, matière unique fruit d'un savant dosage entre élasthane et coton organique, est le point de départ du processus de création de LUZ. LUZ est une marque Franco-Latine: tout est confectionné au Pérou dans des ateliers respectueux des conditions de travail. Les créatrices françaises ont décidé de créer une ligne associant deux univers: la mode & l'écologie, la France & l'Amérique Latine, le beau & le bio. Leur credo est « Naturellement Équitable ». Grâce à son Coton certifié bio (GOTS) et son atelier équitable situé au Pérou, Luz Collections s'inscrit dans la démarche d'une entreprise éco responsable et chic. Tel est le message que les égéries anonymes de la marque, les Luztiques, transmettent sur les plus belles plages du monde de Punta del Este à Malibu.



Since 2011, between Paris and Buenos Aires, Luz Collection is creating the first fair trade designer swimwear collection. 93/7, our unique raw material, a result of the perfect mixture between elasthane and organic cotton, is the starting point of the creative process of Alix and Claire Mougenot. With the help of Virgine Courtin Clarins, development director in Mugler Couture and co-founder of the brand, our goal in Luz is to create swimwear that is sensual and ethical at the same time. Thanks to its certified organic cotton (GOTS) and the factory in Peru, managed under fair trade regulations, Luz Collection is everyday fully compromised on being a socially responsible company. Eco responsible and chic is the message that our anonymous muses share throughout the most beautiful beaches in the world, from Punta del Este to Malibu.

Foulards



19.(2)

Bonana Van Mil

Bonana Van Mil puise son inspiration dans les contrastes, entre l'Afrique et l'Europe, mêlant les couleurs chatoyantes et les formes inspirées des tissus anciens d'Afrique du sud et du Botswana avec des structures minimalistes et épurées. Chaque pièce est produite à la main dans son atelier à Paris. Les motifs sont imprimés manuellement sur des tissus luxueux 100% soie ou des mélanges laine/soie dans une version moderne de la technique du «tie and dye». Studio BVM by BONANA VAN MIL est Made in France, fait main.

Bonana van Mil is inspired by two completely opposite worlds. Africa and it's vibrant colours with chaotic structures and Europe with rigid organisation and minimalism. She works with natural materials and has a self-proclaimed weakness for silk and mania for color; quirks that she expresses with passion and precision in her creative process. She currently lives in Paris and began creating her line of accessories in 2011. The collections are produced entirely by hand with subtle details on every individual item, making it unique and desirable to wear. Studio BVM by BONANA VAN MIL is handmade in France.

28.(2)

Clémentine Henrion

À travers une approche transversale, entre design de mode, illustration, scénographie, stylisme, les créations de Clémentine Henrion exaltent tous les sens et les imaginaires. La minutie des pièces de laiton doré à l'or fin rencontre la spontanéité des cristaux bruts. Des cordes scintillantes de papier mizuhiki et des crêtes frangées en rhodoïd aux reflets fantastiques rythment la collection dans une confrontation festive de matières nobles et synthétiques, naturelles et surnaturelles, minutieusement découpées, tressées, et brodées artisanalement.

Clémentine Henrion is a 35 year old French designer based in Paris. Each creation was inspired by stories of extraordinary journeys and explorations of the earth's wonders and meant to feel like a night flight above beautiful landscapes. Meticulously designed gilded brass pieces meet crystals in the rough, scintillating threads of Mizuhiki paper and reflecting rhodoïd fringes add to the collection in an alliance of natural and supernatural materials, minutely hand crafted, braded, and embroidered.



35.(1)

Epolet

Libre, rythmée et ludique. C'est cette vision abstraite du design graphique que nous voulons transmettre au travers de nos collections. Le champs d'expression du design textile s'ouvre de plus en plus à la production indépendante et alternative, et c'est dans ce cadre que nous avons l'ambition d'exposer notre culture de designer graphique. Des propositions sans prétention, juste une trépidante envie de vivre selon ses propres codes. Mon son, mon bouquin, mon amour, mon blog, mes baskets. Ma sappe.

Free, rhythmic and playful. It is this abstract vision of graphic design we want to convey through our collections. The expression of the textile design field opens more independent production and alternative and it is in this context that our ambition to expose our graphic designer culture. Proposals no frills, just an hyperactive want to live according to their own codes. My sound, my book, my love, my blog, my sneakers. My Dress.



Déco

35.(2) Epolet

Libre, rythmée et ludique. C'est cette vision abstraite du design graphique que nous voulons transmettre au travers de nos collections. Le champs d'expression du design textile s'ouvre de plus en plus à la production indépendante et alternative, et c'est dans ce cadre que nous avons l'ambition d'exposer notre culture de designer graphique. Des propositions sans prétention, juste une trépigante envie de vivre selon ses propres codes. Mon son, mon bouquin, mon amour, mon blog, mes baskets. Ma sappe.

Free, rhythmic and playful. It is this abstract vision of graphic design we want to convey through our collections. The expression of the textile design field opens more independent production and alternative and it is in this context that our ambition to expose our graphic designer culture. Proposals no frills, just an hyperactive want to live according to their own codes. My sound, my book, my love, my blog, my sneakers. My Dress.



36. Cocobohème

Cocobohème, marque parisienne d(éco) design, née en 2006, s'amuse avec les contrastes et mise sur les oppositions pour proposer des objets inattendus et raffinés. Made in France, démarche environnementale et développement durable sont les maîtres mots éthiques de la marque. En 2011, les fondateurs de Cocobohème, Catherine Fouchard et Christian Mégevand, ouvrent leur première boutique - show room à Paris dans le quartier populaire de Barbès. En 2013, les deux designers présentent leur première collection de mobilier, accessoires et luminaires, auto éditée par (Les Confidentielles).

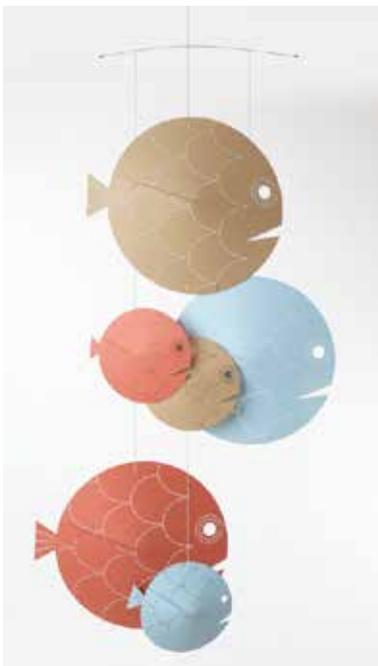
Born in 2006, Cocobohème is a parisian eco-design brand playing with contrasts and building oppositions to offer unexpected and refined everyday objects. Made in France and sustainable development are the main keywords of the brand. In 2011, the two designers of Cocobohème, Catherine Fouchard and Christian Mégevand, open their first shop and workshop / showroom in Paris in the underground area of Barbès. In 2013, they have presented their first collection of design furniture, accessories and lighting, edited by (Les Confidentielles).



37. Adónde

¿adónde? est une marque française de design contemporain. ¿adónde? associe les savoir-faire artisanaux et industriels de petites entreprises locales avec une optique écologique. En espagnol ¿adónde?, ça veut dire « où ça ? » : nous voulons des produits clairs et sans prétention. On sait où ils sont faits et avec quoi. Certains pensent que nous sommes une société espagnole. De fait, nous sommes deux à la créer chez ¿adónde? : Laurent Serin et Javier Gutiérrez Carcache. Avec un deuxième nom pareil et un accent pas très français, conclure que c'est espagnol relève d'une certaine logique! Mais tout chez ¿adónde? est français... sauf Javier qui est du Nicaragua.

¿adónde? is a french contemporary design brand. ¿adónde? associate the artisanal and industrial know-how from small businesses with a sustainable perspective. In Spanish ¿adónde? means « where ? » : we want clear and unpretentious products. We know where they are made and which material is used. People thinks that we are a Spanish company. We are two creative at ¿adónde? : : Laurent Serin and Javier Gutiérrez Carcache. With a family name like this one and a non-french accent, conclude that he is Spanish is a logical fact. Everything at ¿adónde? is French... everything but Javier who is from Nicaragua.





38. La Malle Trousseau

Mw. T Label de la Malle w. Trousseau propose des objets à l'unité et des petites collections d'objets. Sans blabla ni chichis, des objets justes, sincères, honnêtes et de qualité. La Malle w. Trousseau, une malle d'objets de cuisine conçus pour la vie. Des objets du quotidien : bien pensés. Bien dessinés. Bien fabriqués. Quoi de plus généreux que d'offrir le meilleur pour la vie ?

With the MWT label from Malle W. Trousseau items can also be purchased separately or in sets. No pretence no frills.. true, genuine, honest, quality objects.

Malle w. Trousseau, A collection of cooking utensils made to last a lifetime. Vital everyday utensils: Well thought-out, Well designed, Well made. A gift that spans a life, what could be more generous?

39. Cousu de fil blanc

La première ligne de savons « couture ». Cousu de fil blanc crée des collections de savons précieux aux parfums empreints de poésie. Toutes les collections sont imaginées et formulées par Carole Dichampt, créatrice atypique. Elle est à la fois designer textile, aromathérapeute, voyageuse passionnée des plantes et des rituels de beauté du monde entier. « Notre vœu le plus cher est de vous faire partager notre passion. Nous avons passé des heures à froisser des feuilles de papier, à composer des bouquets imaginaires et chimériques, à broder des rimes de mousse et d'arômes... ».

Our dearest wish is to share our passion with you. We've spent hours crumpling paper, composing imaginary and fanciful bouquets, embroidering rhymes with mousse and perfumes...



Papeterie



40. Papier Tigre

Papier Tigre est une marque parisienne d'objets de papeterie contemporains fondée par des créatifs passionnés par toutes les formes d'arts appliqués. Leurs produits et leur designs sont tous des créations originales « maison », en perpétuelle évolution, fabriqués en France ou en Europe, sur des supports recyclés ou respectueux de l'environnement. Malins et esthétiquement forts, ces produits marient nouveauté et fonctionnalité en apportant un sens du style et du détail inédit. Les créations de Papier Tigre facilitent la vie autant qu'elles l'embellissent.

Papier Tigre is a Parisian brand of contemporary stationery, founded in late 2011 by creative people passionate about applied arts. Their products and designs are all original and home-made, perpetually evolving, made in France or in Europe, with recycled or eco-friendly materials. Clever and well-designed, the products combine novelty and functionality, clever details and colors, great typography and raw materials, bringing a new sense of style and detail. Papier Tigre's creations make our life easier as well as esthetically nicer.



41. Pschitt

Pschitt décide d'allier la démarche créative de Magali Ducroux à une démarche éthique, sociale qui place l'homme et son environnement au cœur de la marque afin de créer des objets éco-design. Pschitt est une marque française éthique, solidaire et écologique, d'objets et d'accessoires de décoration et de mode ludiques, fabriqués par des personnes en insertion socio-professionnelle. Tous les produits sont conçus et fabriqués en France, principalement en Bretagne, en petite série et en pièce unique.

Pschitt decided to combine the creative process of Magali Ducroux to an ethical, social approach that put people and the environment at the heart of the brand to create eco-friendly products.

42. La petite papeterie française

Née au sein d'une entreprise de conseil en Sensibilisation à l'environnement, La Petite Papeterie Française souhaite apporter toute la transparence nécessaire sur la fabrication et la provenance des produits qu'elle sélectionne. Ici on travaille avec passion, on rit, et depuis quelques mois, à votre demande, nous créons une gamme à notre marque que vous pouvez retrouver dans la rubrique Collection Le Papeterie Papeterie Française. Notre plateforme logistique est située dans le 20^e arrondissement de Paris. Marguerite vous prépare vos commandes à l'aide d'employés en insertion. C'est un choix très important pour la PEPA de contribuer à faire évoluer les entreprises sociales qui donnent du sens au travail à des jeunes en difficultés. Nous veillons à ce que les entreprises qui vous livrent vos commandes soient également respectueuses. Coursiers à vélo, transporteurs responsables, tous sont choisis pour leur qualité de services et leur engagement sociétal.



Cosmétiques



43. Absolution

Absolution, une nouvelle approche de la beauté. Parce que nous sommes en quête du juste équilibre entre éco-conscience et mode de vie urbain, parce que nous sommes à la fois concernés par notre image, notre bien-être et la sauvegarde de la planète, de plus en plus attirés par le bio sans vouloir renoncer au plaisir des sens, parce que nous voulons toujours plus de résultats et d'efficacité... Moins de produits, plus de simplicité, de soins certifiés bio, adaptables aux différentes humeurs de la peau, au jour le jour... pour les femmes comme les Hommes.

Absolution offers a new approach of beauty. Because we are looking for the right balance between eco-conscious and urban lifestyle because we are concerned with our image, our well-being and the protection of the planet, attracted by organic certified products but not willing to give up pleasure, because we always want more results and more efficiency... A shorter range of products, more simplicity, highly organic certified skincare that are customizable to the different skin's moods, each day as it comes... for men and for women.

44. Nominoe

Nominoë est une gamme de cosmétiques écologiques et biologiques, née du souvenir des promenades à travers champs, sur la lande et les dunes de Bretagne. A base de plantes surprenantes et au parfum méconnu de fleur d'ajonc, tous nos produits ont été patiemment élaborés et ont obtenu la certification Ecocert. En préférant les plantes locales aux plantes lointaines, nous limitons les transports et réduisons l'empreinte écologique de notre gamme. Cette attention à l'écologie se distingue également par l'absence d'emballage carton et de cellophane. Nos formules sont établies par un docteur en pharmacie spécialisé dans la création de produits cosmétiques haut de gamme.

Nominoë embodies a range of ecological and organic cosmetics, evoking memories of long walks through the wild fields, countryside and sand dunes of Brittany, the west coast of France. All of the products are designed with care and attention, derived from unique, natural plant sources. The lightly scented gorse flower is used to give each product its own luxury fragrance note. NOMINOË pays particular attention to the environment and offers a selection of eco-responsible, naturally-derived products, compatible with an environmentally-conscious lifestyle. All NOMINOË skin care products carry the seal of Ecocert.



45. Honoré des prés

Honoré des prés est une Maison de parfums à Paris, créée pour partager tous les métiers et métisser tous les talents autour d'une écologie simple et bienveillante. Les parfums de la Maison Honoré des Prés ont l'appellation « Purs Extraits de nature » 100% d'origine naturelle avec 100% des ingrédients végétaux issus de l'agriculture biologique. Sans artifice, sans compromis, Olivia Giacobetti est le premier grand nez à relever le défi d'être la première à créer de vrais parfums organiques, délicats et typés, en s'interdisant toute facilité. Des créations, sans identification basique, stylisées, épurées pour déclencher la liberté imaginaire !

Honoré des prés is a Maison de parfum based in Paris, created to gather together professions and talents around a simple and kind ecology. Perfumes from la Maison Honoré des Prés have the appellation "Pure extracts of nature" 100% natural origin with an 100% of vegetables ingredients coming from biological agriculture. Olivia Giacobetti is the first Nose to take up the challenge of creating organics perfumes, fine and with character, prohibiting facility. Creations, without standard identification, stylish, uncluttered triggering imaginary liberty!

46. Soapwalla

Rachel Winard, jeune femme originaire de Brooklyn, a commencé à fabriquer elle-même ses cosmétiques dans sa cuisine car rien ne lui convenait sur le marché pour soulager les irritations de sa peau très sensibilisée par une maladie chronique. Elle nous rappelle que la peau est le plus grand organe de notre corps et qu'afin de lui permettre de fonctionner au mieux, il vaut mieux lui procurer les meilleurs ingrédients. Rejoignant les principes de l'Ayurvèda, elle dit : "Je ne vois pas pourquoi j'appliquerai sur ma peau quelque chose que je refuserai de manger". C'est pourquoi tous les ingrédients qui entrent dans la composition des produits Soapwalla sont le plus souvent possible d'origine biologique et/ou comestibles, adaptés aux Vegans. Aujourd'hui la marque Soapwalla est très reconnue pour le fantastique "Deodorant Crème", seul déodorant 100% naturel ultra efficace sur le marché !

Rachel Winard, young woman native of Brooklyn, began to make her own cosmetics in her kitchen because nothing suited her to relieve her very sensitive skin because of a lupus. She says: "Our skin is our largest organ and in order for it to function at its best we must feed it with truly wholesome ingredients. My philosophy: If I refuse to put something in my body, I don't want to put it on my body either". That is why all the ingredients that enter the composition of Soapwalla skincare are most of the time from biological origin and edible, adapted to Vegans. Today the Soapwalla brand is very famous for fantastic "Deodorant Cream", best 100% natural and efficient deodorant you can find !



47. Kure Bazaar

Kure Bazaar est le premier vernis à ongles d'une nouvelle génération qui allie l'éthique d'une formule écologique aux couleurs vibrantes de la mode Parisienne. Après plusieurs années de recherche, une innovation technologique a permis de diminuer sensiblement les substances chimiques, sans compromis : tenue, brillance et éclat des couleurs sont exceptionnels.

Kure Bazaar is the first nail lacquer of the next generation to combine the ethics of an eco-friendly formula with vibrant colors of Parisian fashion. After years of research, a technological innovation has led to dramatically reduce the use of chemical substances, without any compromise: resistance, shine and radiance of the colors are exceptional.



48. Le Baigneur

Lancée en 2012, Le Baigneur est une jeune marque française de soins bio et éthiques pour homme. Privilégiant des ingrédients issus de productions bio et locales, les soins Le Baigneur s'adressent aux hommes à la recherche de qualité, d'efficacité et de savoir-faire traditionnel. Une gamme volontairement minimaliste où tous les produits sont fabriqués, découpés et emballés à la main. Une fabrication artisanale basée à Montreuil près de Paris, à taille humaine et non énergivore. Dans un souci de cohérence et de respect de la Nature, Le Baigneur refuse les emballages plastiques et choisit des matériaux nobles et durables. Le Baigneur s'engage auprès de l'association Surfrider Foundation Europe en reversant 1% de son chiffre d'affaires annuel et en agissant à ses côtés pour la protection et la gestion durable du littoral et des océans.

Launched in 2012, Le Baigneur aims to meet mens new expectations by creating 100% natural, organic care products and favoring ingredients from local productions. A range of body and face care products, combining efficiency and traditional know-how. It is out of coherence and respect for Nature that he has chosen a range of plastic-free packaging, favoring noble and sustainable material. Because he is socially and environmentally committed, 1% of his annual revenues will be donated to the environmental association Surfrider Foundation Europe to support their commitment to long-term protection of the coast and the ocean.

1. LEA PECKRE
2. SAKINA M'SA
3. CHRISTINE PHUNG
4. DAMIEN RAVN
5. ANDREA CREWS
6. MISERICORDIA
7. NACO PARIS
8. KATHARINE HAMNETT
9. 11.11
10. ARMOIRE DE FEMME/D'HOMME
11. AMBRYM
12. PIC DE NORE
13. SMITH WYKES
14. BODEBO
15. RISU RISU
16. CLOTAIRE
17. EXOCET
18. DE GRIS
19. BONANA VAN MIL
20. ENTRE 2 RÉTROS
21. QUINOA
22. ATELIERS TERSI
23. VEJA
24. OUR FAMILY SHOES
25. ANGARDE
26. PAIRS IN PARIS
27. OMBRE CLAIRE
28. CLÉMENTINE HENRION
29. MAELLE DE LA FORGE
30. REGINA DAB DAB
31. LE WORKSHOP
32. JEM
33. REZIN
34. LUZ
35. EPOLET
36. COCOBOHÈME
37. ADONDÉ
38. LA MALLE TROUSSEAU
39. COUSU DE FIL BLANC
40. PAPIER TIGRE
41. PSCHITT
42. LA PETITE PAPETERIE FRANÇAISE
43. ABSOLUTION
44. NOMINOE
45. HONORÉ DES PRÈS
46. SOAPWALLA
47. KURE BAZAAR
48. LE BAIGNEUR



1. Léa Peckre



6. Misericordia



2. Sakina M'Sa



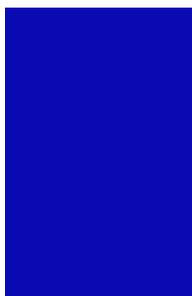
4. Damien Ravn



8. Katharine Hamnett



3. Christine Phung



5. Andréa Crews

7. Naco Paris





16. Clotaire



12. Pic de Nore



13. Smith Wykes



15. Risu Risu

9. 11. 11



17. Exocet



14. Bodebo



11. Ambrym



10. Armoire de femme
Armoire d'homme



18. De Gris



19. Bonana Van Mil



23. Veja

20. Entre 2 Rétros



21. Quinoa



28. Clémentine Henrion



22. Ateliers Tersi



25. Angarde



27. Ombre Claire



24. Our Family Shoes

26. Pairs in Paris

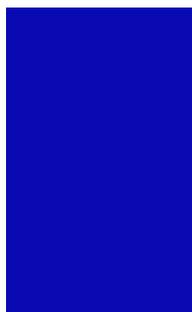




29. maelle de la Forge



31. Le Workshop



30. Regina Dab Dab



33. Rezin



32. Jem

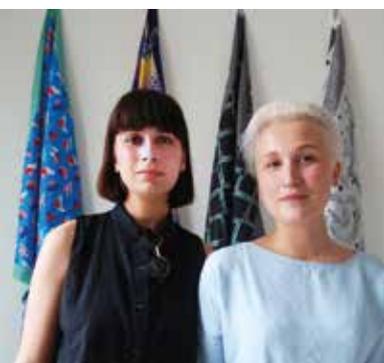
35. Luz



36. Cocobohème



37. Adondé



35. Epolet



38. La Malle Trousseau



40. Papier Tigre



41. Pschitt



45. Honoré des Près



43. Absolution



44. Nominée



46. Soapwalla



42. La Petite Papeterie Française



39. Cousu de fil blanc

48. Le Baigneur



47. Kure Bazar

Autour de Sakina M'Sa, des professionnels unissent leur expertise pour donner au projet toute sa dimension.

LAURE GOMEZ MONTOYA

Fondatrice de GoDoBe.fr

VINCENT GRÉGOIRE

Directeur de Création Nelly rodi

GÉRARD LAFFARGUE

Consultant Marketing Évènementiel
– Gpe Galeries Lafayette

EMMA LEONET

Consultante Mode Stylisme

VIRGINIE MAUNIER

Account Manager, Lambert and Associates

SAKINA M'SA

Créatrice Sakina M'Sa

ISABELLE PEYRUT

Rédactrice en chef – Mode Be

ANNE-CHARLOTTE ROCHER

Responsable adjointe Évènements
– Gpe Galeries Lafayette

MARIE DE SIGALONY

Consultante tendances Création & Innovation



Biscuitière à Paris

Mademoiselle Proust est une gamme de biscuits secs, gluten free, élaborés artisanalement à partir de produits frais bio et si possible en provenance d'exploitations locales (notamment la farine). Du bon, du beau, du bio, du local !

La créatrice de Mademoiselle Proust s'appelle
Marion Proust : incroyable mais vrai !

De son nom littéraire vient l'inspiration de la gamme qu'elle présente : chaque biscuit porte un prénom, choisi parmi les personnages de l'oeuvre de Marcel Proust.

Textures, saveurs, couleurs, chaque biscuit est différent, répondant au goût de tous et éveillant en chacun de nous un souvenir de notre enfance. A la rentrée vous pouvez découvrir une gamme plus élargie avec notamment des petites salades et du salé.

[*petits plats frais livrés tous les jours
par des cuisiniers engagés](#)

JUIN > AOUT

DÉGAGEZ L'HORIZON

SEPTEMBRE > OCTOBRE

L'INSOLENCIE DE L'OPTIMISTE

NOVEMBRE > DÉCEMBRE

RESPIREZ

Spécial merci

L'Agence Paris

BDDP

Birdeo

Adrienne Bornstein, atelier de design graphique

Helene De Buhren

Quentin Delepine

Thierry Lemberth (Barthel & Schunck Consulting)

Philippe Lemoine

Jan Lemoux

Matthieu Raffard

Mathieu Rambaud

Valérie Schunck (Schunck & Associés)

Laurent Maillaud

CNEI

UREI île de de France

EDL

Marine Baudrillard

Jean Claude Adam

Charles Vetter

Francois Roche

Fondation Ey pour les métiers manuels

Probono lab

Marion Dossikian

Juliette Minchin

Élise Courcol-Rozes

Solar Sound System

Melanie schwab

Stephane Maugendre



GINKGO
BILOBA

 **île de France**

Directe Direction régionale des entreprises,
de la concurrence, de la consommation,
Ile-de-France de travail et de l'énergie

Investir
Garrigue
autrement


CHAMPAGNE
**CHARLES
HEIDSIECK**
Maison fondée à Reims en 1857

EQUISOL
Investissement responsable en Île-de-France


BE-LINKED
Business & Community Intelligence

 **Groupe
Lafayette**

TOLLENS


**KERING
FOUNDATION**
STOP VIOLENCE. IMPROVE WOMEN'S LIVES.

**CITIZEN
LUXURY**

laNef
finance éthique


ALTERFOOD

ECOFI 
INVESTISSEMENTS
ACTIFS POUR LE FUTUR

CSD


GREEN RAID
ÇA CHANGE LA ROUTE

solarSoundSystem.org
