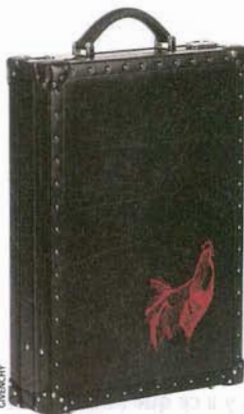




**Camélia**  
miniature  
créé par Karl  
Lagerfeld  
et réalisé  
par les ateliers  
de joaillerie  
Chanel.

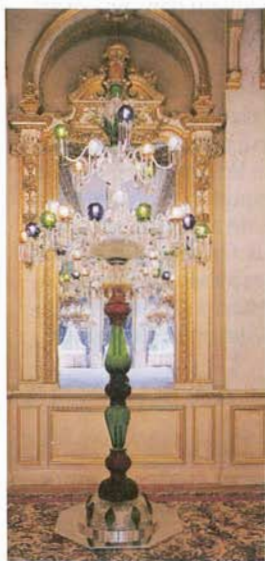


**Attaché-case**  
Givenchy,  
brodé d'un coq  
rouge,  
symbole de la  
France et signe  
astrologique  
de cette année,  
en Chine.



**Peacock Bag**  
Evocation  
du paon  
chinois par  
Longchamp.

**l'Arbre Saint-Louis**  
de cristal taillé en pointe  
nant. 34 branches torsadées,  
rines comme des fruits...



**bijoux** Louis Vuitton,  
image à la Chine.



# Le luxe français



**Coupe Cosmos**  
en pâte de cristal  
imaginée  
pour Daum  
par Jean-Baptiste  
Sibertin-Blanc.

FUJIFILM RDP III 04081 00 BJFH

STUDIO D'AVES



**Le cerisier**  
Lenôtre,  
une réalisation  
d'Yves Melot.



**Selle oiseau**  
d'Hermès  
déployant  
ses ailes  
sur plus  
de 1,20 mètre  
d'envergure.

O. BERTOLDI/HERMÈS

# l'expose en Chine

**C**ombien de pièces sont exposées à Shanghai ?  
► 51 maisons participent à cette exposition, qui se tient au Plaza 66, haut lieu du luxe à Shanghai. Une dizaine d'œuvres seulement y sont exposées, car le comité a aussi tenu à honorer la part belle à nos grands hôtes, le Meurice ou le Bristol, qui contribuent également au rayonnement du luxe français à l'étranger.  
**Des créations conçues par les stars du luxe...**

L'événement est historique, car certaines maisons ont créé pour l'occasion des pièces exceptionnelles, des bijoux uniques ou produites en série limitée. On découvre ainsi le camélia en nature imaginé par Karl Lagerfeld réalisé par les meilleurs ateliers de joaillerie Chanel. Dior, Victoire de Castellane a dessiné la Déesse de Shanghai, une broche mêlant corail, diamant, saphir, cre grise et perle baroque. Le parfumeur Jean-Claude Menaja a conçu pour Hermès l'Arbre de Chine, puisant son inspiration dans le Pavillon de la sérénité avec ses parfums de thé, d'abricot et de freesia. Mais la maison Hermès présente aussi une extraordinaire selle oiseau déployée sur plus de 1,20 mètre d'envergure...

**Comment avez-vous conçu la scénographie ?**  
Louis Vuitton, les champagnes Bollinger, Lancôme, mais aussi Pierre Frey, Guerlain, Saint-Louis, Lenôtre ou Yves Saint Laurent... Notre présentation ressemble à un itinéraire à la Prévert ! Voilà pourquoi nous avons demandé au designer Christian Ghion d'imaginer une scénographie en scène valorisant les valeurs communes à ces maisons : l'audace et la passion de la création. Plutôt que de segmenter par métiers, il a choisi d'offrir une vision transversale, en créant huit espaces, huit facettes de l'univers du luxe. Le thème « Rêve et imaginaire »

**Emmenées à Shanghai par le Comité Colbert, les maisons françaises les plus prestigieuses présentent, durant deux semaines, une série de créations exceptionnelles. Rencontre avec Elisabeth Ponsolle des Portes, déléguée générale du comité**

réunit, par exemple, le cristal, les arts de la table, le linge de maison et les grands crus. Une sorte de parcours initiatique, comme une odyssée en mer de Chine !

**A qui cette exposition est-elle destinée ?**

► Les présidents de 40 maisons se déplacent pour l'occasion et la municipalité de Shanghai, notre partenaire, hissera 400 bannières dans toute la ville pour présenter l'événement. Parmi nos invités, il y aura des officiels chinois, mais aussi de nombreux consommateurs, le plus souvent des jeunes, de 18 à 35 ans, déjà grands connaisseurs de nos marques.

**D'autres manifestations sont-elles prévues ?**

► Parallèlement à l'exposition du Plaza 66, une série d'animations seront proposées dans les boutiques

françaises déjà implantées à Shanghai. C'est aussi l'opportunité de montrer l'esprit de partage et de générosité qui préside au Comité Colbert puisque les maisons qui ne sont pas encore présentes là-bas seront reçues par les autres. Ainsi, Chanel accueille Baccarat dans ses murs, Yves Delorme reçoit la Faïencerie de Gien et Pierre Frey...

**Quels sont vos objectifs ?**

► Il s'agit d'affiner la perception du luxe français en Chine en mettant en valeur l'excellence mais aussi l'originalité de nos maisons. Notre souhait serait bien sûr de rééditer ici l'exploit accompli par nos marques au Japon, pays qui représente aujourd'hui 16 % des exportations du secteur du luxe.

**Et vos projets ?**

► Nous imposons sur les trois marchés qui comptent actuellement : la Chine, l'Inde et la Russie. D'ailleurs, nous vous donnons déjà rendez-vous à Moscou en 2007 ! ●

**Propos recueillis par Lydia Bacrie**

Jusqu'au 7 novembre, Plaza 66, Shanghai.