



REVUE DE PRESSE

Savoir-Faire & Made in France



MEL JAC ■

le 11/04/19



Portrait



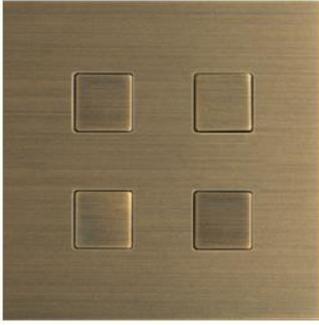
MELJAC

Cette entreprise française d'exception fabrique des interrupteurs haut de gamme. L'histoire a commencé en 1995. L'idée première était d'investir des interrupteurs de luxe, dont l'offre, à l'époque, était quasi inexistante. En 1996, Meljac s'installe dans le 15^{ème} arrondissement de Paris et crée son 1^{er} show-room. Et en 1999, son premier atelier. Le savoir faire soigné d'une petite équipe, séduit les décorateurs et les architectes d'intérieur. En 2010, grand essor de l'entreprise. Le PDG fait construire une usine adaptée au besoin de la production. En 2012 les premiers produits en laiton sont labellisés Origine France Garantie. Les modèles en verre et en porcelaine le seront en 2017. En 2018, création de la 1^{er} filiale Meljac aux Etats-Unis [...]

Pour en savoir plus et accéder à l'article complet, contactez-moi.

This exceptional French company manufactures high-end switches. The story began in 1995. The first idea was to invest luxury switches, whose offer, at the time, was almost nonexistent. In 1996, Meljac moved to the 15th arrondissement of Paris and created its first showroom. And in 1999, its first workshop. The know-how of a small team attracts decorators and interior designers. In 2010, great growth of the company. The CEO has built a factory adapted to the needs of production. In 2012, the first brass products are labeled Origine France Garantie. The models in glass and porcelain will be in 2017. In 2018, creation of the 1st subsidiary Meljac in the United States [...]

To find out more and access the full article, contact me.



3



www.usinenouvelle.com

L'USINE NOUVELLE

L'ENTRETIEN
Frédéric Sanchez, patron de Fives et du Medef International « Trump est excessif, mais dit des choses utiles » **PAGE 6** //

L'ÉVÉNEMENT
L'industrie au chevet de Notre-Dame de Paris **PAGE 8** //



Le monde du vivant, nouvel horizon de la simulation

NOTRE SUPPLÉMENT //

N° 3608 - SEMAINE DU 25 AVRIL AU 1^{er} MAI 2019 - 6,90 EUROS



L'APRÈS PÉTROLE A COMMENCÉ

//////////
Gaz à effet de serre, particules fines, pollution des océans... Les entreprises doivent s'adapter aux nouvelles exigences de consommation de l'énergie. Tous les secteurs sont concernés.

LE COQ BLEU, ÉTENDARD DE L'INDUSTRIE FRANÇAISE

e 123RF



Les effectifs de l'industrie mécanique ont augmenté l'an dernier pour la première fois depuis 10 ans.

Lancée le 2 octobre 2017 par le ministre de l'Économie et des Finances, la French Fab est l'étendard d'une industrie française innovante et dynamique. Elle a pour objectif de fédérer les entreprises de toutes tailles autour des valeurs communes de l'industrie du futur : innovation, excellence, numérique, nouveaux modèles d'affaires et moyens de production, nouvelles compétences et nouvelles organisations du travail. Pour le grand public, l'industrie est encore mal connue et souvent associée à des images anciennes qui ne correspondent pas à la réalité d'une industrie française

La neuvième édition de la Semaine de l'industrie qui s'est tenue en mars a eu pour fil conducteur la French Fab, dont l'étendard est le fameux coq bleu symbolisant le renouveau industriel français.

Le "Made in France" devient un critère d'achats à part entière dans le BtoB.

Après deux années de réindustrialisation active, 2019 sera une année clé pour faire rayonner davantage l'industrie en France.

moderne, conquérante et tournée vers l'export, à l'image de la start-up savoyarde Pixminds qui a obtenu 6 prix de l'innovation lors du dernier CES de Las Vegas avec sa souris d'ordinateur montée sur ressort.

DES CIRCUITS COURTS PLÉBISCITÉS

De plus en plus d'entreprises françaises se montrent sensibles à l'achat de produits "Made in France", selon une étude du cabinet AgileBuyer et du Conseil national des achats (CNA). "L'achat local" est considéré par une majorité d'acheteurs (54 %) comme un critère d'attribution du business en 2019", explique l'étude.

Non seulement ce pourcentage passe pour la première fois au-dessus de la barre des 50 % depuis qu'il est mesuré, mais il progresse de manière constante : uniquement 31 % en 2017 et 43 % en 2018. En effet, il est souvent pertinent d'intégrer les coûts de transport des fournitures ainsi que l'assistance en cas de difficulté sur les matériels. La réactivité est un facteur déterminant des opérations. Si l'achat local est devenu une marque de fabrique dans

l'hôtellerie, la restauration, la mode ou le luxe, les secteurs industriels continuent d'augmenter leurs parts d'achats dans les pays à bas coûts : 43 % des répondants dans l'aéronautique et la défense, 36 % dans la métallurgie et la mécanique ou encore 34 % dans l'automobile.

PLUS D'OUVERTURES QUE DE FERMETURES D'USINES

Pas moins de 124 nouvelles usines ont été créées en 2018, un montant qui domine le nombre de fermetures qui s'élève tout de même à 107. Pour la deuxième année consécutive, l'industrie française redresse la tête même si le rythme est moins soutenu qu'en 2017. À l'heure de la digitalisation et du numérique, l'imprimerie, la métallurgie et l'automobile (abandon du diesel) ont connu de nombreuses difficultés. Parmi les industriels qui veulent relocaliser leur production, une immense majorité (80 %) estime qu'un tel processus permettra de mieux sécuriser les processus d'approvisionnement. Les autres bénéficiaires attendus d'une relocalisation sont l'amélioration du "Time to market" (50 %

9 500

emplois nets créés dans l'industrie en 2018. Ce chiffre inespéré s'explique par un quatrième trimestre très positif avec 6 500 créations d'emplois. (Source: FIM)

615 450

salariés, c'est ce que représentent les effectifs de l'industrie mécanique en 2018, soit environ 20 % des emplois industriels en France. Un chiffre en hausse de 450 postes (+ 0,1 %) pour la première fois depuis 2008 ! (Source: FIM)

54 %

des acheteurs interrogés considèrent le Made in France comme un critère d'achats à part entière. (Étude AgileBuyer)



La French Fab est l'étendard d'une industrie française innovante et dynamique.

des personnes interrogées) qui devance la réduction des coûts d'achats (39 %), l'amélioration de la qualité (31 %) ou la limitation des impacts environnementaux (30 %). Autre bonne nouvelle, les effectifs de l'industrie mécanique ont augmenté l'an dernier pour la première fois depuis 10 ans. Cette hausse encore très faible de 0,1 % met fin à une chute qui paraissait irréversible dans ce secteur qui est le premier employeur industriel de France. ■

Avis d'expert



UNE VÉRITABLE ÉNERGIE POSITIVE POUR L'ENTREPRISE

Jean-Michel Lagarde, directeur général de Meljac, fabricant d'appareillage électrique de luxe

"Au-delà d'un véritable avantage concurrentiel, en particulier à l'international, le Made in France doit faire partie de l'ADN de l'entreprise pour réussir. Il ne s'agit pas d'un label supplémentaire mais la traduction de valeurs comme le savoir-faire, la qualité, la souplesse et la proximité. Il donne également une véritable énergie positive pour toutes les équipes en les valorisant (à travers les labels et autres reconnaissances) et en renforçant leur fierté de contribuer à la réalisation de produits de qualité."

MIF EXPO 2019 voit plus grand !

Depuis 7 ans, MIF Expo est devenu le rendez-vous annuel des professionnels et des consommateurs qui souhaitent acheter des produits fabriqués en France. Près de 550 exposants de tous secteurs d'activité et plus de 70 000 visiteurs sont attendus sur LE salon du "Made In France", qui se déroulera désormais sur 4 jours (les 8, 9, 10 et 11 novembre 2019) dans le Pavillon 3 à Paris Porte de Versailles.

L'INDUSTRIE PEINE À RECRUTER !

Bien que les offres d'emploi soient nombreuses dans le domaine de l'industrie, le secteur éprouve des difficultés à recruter. Pourtant, 9 Français sur 10 habitent à moins de 15 km d'un site industriel. En effet, dans certaines zones, près de la moitié des TPE et PME industrielles présentent de fortes tensions sur leurs besoins de recrutement.

UN VIVIER DE COMPÉTENCES

Selon le ministère de l'Économie et des Finances, "50 000 emplois ne sont actuellement pas pourvus dans l'industrie et 200 000 emplois supplémentaires pourraient être créés si on était capable de répondre aux besoins de compétences des industriels qui refusent des commandes à leurs clients faute des compétences recherchées, mais aussi du fait d'un déficit d'appétence pour les métiers de l'industrie". Près de 5000 initiatives et événements se sont déroulés en mars, lors de la neuvième édition de la Semaine de l'industrie, pour renforcer l'attractivité du secteur, promouvoir les métiers de l'industrie française ainsi que la mixité dans les différentes filières. C'est d'ailleurs Agnès Pannier-Runacher, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances, qui a

lancé l'initiative "2019, année de La French Fab" sur le territoire national autour de la marque French Fab. L'ancienne dirigeante d'entreprise a rappelé que les emplois de l'industrie sont situés à 70% dans les territoires en dehors des grandes agglomérations. "Ces emplois, rémunérés 20% de plus en moyenne que dans les autres secteurs d'activité, sont durables et engendrent des emplois induits. D'où l'importance d'élargir ce vivier de compétences et de dire aux femmes mais aussi aux seniors ou aux personnes en situation de handicap que l'industrie n'est plus un métier où il y a un engagement musculaire important."

SUSCITER DES VOCATIONS

L'usine éphémère, installée à la Cité des sciences et de l'industrie en mars, a montré aux jeunes les différentes phases industrielles de la conception à la production d'un produit avec des expériences immersives, des échanges avec des professionnels et des expositions de machines et de réalité virtuelle. Cet événement gratuit, réalisé à l'initiative du Groupe des industries métallurgiques, suscitera on l'espère des vocations chez les collégiens et lycéens. ■

DB TECHNIQUE | Fabrication d'étiquettes

LE MADE IN FRANCE, UN ATOUT DANS LA PRODUCTION D'ÉTIQUETTES DE HAUTE QUALITÉ

Fabrication d'étiquettes et de faces avant

Pour la chimie, la pharmacie, la cosmétique, l'automobile, le médical, l'électronique, etc.

Stratégie d'écoute client, réactivité, offre avec un niveau de qualité irréprochable

Fabricant d'étiquettes de haute qualité et de haute technicité, DB Technique place le Made in France au cœur de sa démarche comme l'explique Alexandre Burgot-Dervin, président de DB Groupe : *"Nos fabrications sont 100 % françaises. Parmi les entreprises de notre taille (65 salariés) nous sommes une des seules à proposer des produits conçus et fabriqués exclusivement dans le pays. Le Made in France est non seulement source de réactivité, mais cela crée aussi de la valeur ajoutée sur les produits innovants, en répondant à des cahiers des charges très spécifiques. Il est fondamental d'être cohérents avec nos valeurs qui nous incitent à penser que nous sommes capables d'exploiter nos richesses en France. Nous faisons d'ailleurs partie de la French*

Fab. "DB Technique assure par ailleurs la formation de ses collaborateurs en interne afin d'inculquer un véritable esprit Made in France.

LA MAÎTRISE DES PROCÉDÉS

DB Technique dispose de différentes typologies de produits : l'identification pour délivrer des informations sur les produits par le biais d'étiquettes pouvant s'adapter à des supports



Ligne de sérigraphie bobine.

variés ; des étiquettes-livrets qui permettent de faire figurer différentes langues ; mais aussi des étiquettes de transmission destinées à fournir des informations normatives. De telles réalisations sont rendues possibles grâce à la maîtrise unique de 5 process : la sérigraphie à plat, en bobine, la flexographie, le numérique et le domage. L'entreprise soigne également sa communication en tenant informé le client à toutes les étapes du process. ■

CONTACT

Cloé FRANCK
547 rue de la Bergeresse
45160 Olivet
Tél. 02 38 63 63 64
Fax 02 38 63 61 62
cloe.franck@dbtechnique.com
www.dbtechnique.fr



Exemples d'étiquettes.

MELJAC | Fabricant d'appareillages électriques de luxe

L'EXCELLENCE À LA FRANÇAISE DANS L'APPAREILLAGE ÉLECTRIQUE

Fabrication d'appareillages électriques de luxe (interrupteurs, thermostats, systèmes domotiques, etc.)

Pour une clientèle de particuliers et de professionnels (architectes, décorateurs, électriciens, industriels, hôtels, etc.)

Un savoir-faire artisanal couplé à un process industriel Made in France

Meljac conçoit et fabrique des appareillages électriques de luxe (interrupteurs, prises de courant, thermostats, systèmes domotiques, sonnettes, spots et liseuses, etc.). La marque est aujourd'hui commercialisée dans 60 pays et offre un large choix de produits en matériaux nobles comme le laiton, le verre, la porcelaine de Limoges,

des pierres semi-précieuses, etc. *"Si notre force se trouve d'abord dans notre savoir-faire incontestable, nous veillons également à ce que chacun de nos produits s'adapte à tous les systèmes domotiques et à tous les boîtiers du marché",* précise Jean-Michel Lagarde, son directeur général.

LE MADE IN FRANCE EN ACCORD AVEC SES VALEURS

Meljac commercialise des produits standard mais aussi de très nombreuses réalisations à la demande ou des habillages sur mesure de divers mécanismes. Elle accompagne ses clients dans leur démarche en leur proposant un conseil personnalisé : *"Nous maintenons un savoir-faire artisanal, tout*



Interrupteur laiton, finition bronze médaille clair, gravures Sultanat.

en le couplant à un process industriel qui a fait ses preuves, précise J.-M. Lagarde. *Nous produisons environ 8000 plaques par mois."*

L'entreprise a obtenu en 2012 le label Origine France garantie pour sa gamme en laiton et ses liseuses, puis en 2017, pour tous ses produits. En 2015, elle est également la première de son secteur à obtenir le label Entreprise du patrimoine vivant. Outre la garantie pour une fabrication française, cette reconnaissance témoigne aussi de la qualité des produits et s'inscrit parfaitement dans les valeurs de l'entreprise, perpétuées depuis sa création par André Bousquet. ■



Fabrication de la multiprise Pyramide en laiton.

CONTACT

Jean-Michel LAGARDE
3 rue de la Procession
75015 Paris
Tél. 01 40 61 08 43
jmlagarde@meljac.com
www.meljac.com

PRODUIRE EN FRANCE

LE MAGAZINE DE CEUX QUI LE PROUVENT

À LA UNE
PRODUIRE EN FRANCE,
LANCEZ-VOUS !

TOUR DE FRANCE
L'ILE-DE-FRANCE INDUSTRIELLE
VOUS OUVRE SES PORTES

MÉDIAS
YARIS TRÈS FRANÇAISE !
COULISSES DE LA 1^{ÈRE} PUBLICITÉ
ORIGINE FRANCE GARANTIE

CULTURE
MARQUE
EPEDA ACCOMPAGNE
NOS NUITS DEPUIS 90 ANS

BRUNO LE MAIRE

MINISTRE DE L'ÉCONOMIE ET DE L'INDUSTRIE
S'ENGAGE POUR LA CRÉATION D'ENTREPRISE

L 18606 - 4 - F: 3,90 € - RD





YARIS TRÈS FRANÇAISE, LA PREMIÈRE PUBLICITÉ CERTIFIÉE ORIGINE FRANCE GARANTIE.

PAR ANTHONY VITORINO

C'EST UNE PREMIÈRE DANS L'UNIVERS DE LA PUBLICITÉ, UN SPOT CERTIFIÉ ORIGINE FRANCE GARANTIE. ET C'EST LA MARQUE JAPONAISE TOYOTA QUI EST À L'ORIGINE DE CETTE INITIATIVE, EN PROUVANT UNE FOIS DE PLUS SON ENGAGEMENT À LA PRODUCTION DE SA CITADINE, LA YARIS, EN FRANCE. PRODUIRE EN FRANCE, LE MAGAZINE DE CEUX QUI LE PROUVENT A EU, EN EXCLUSIVITÉ, L'AUTORISATION D'ASSISTER À CE TOURNAGE HORS NORME.

JOYEUX ANNIVERSAIRE YARIS

En ce début de février, la neige recouvre encore les talus qui entourent les studios de Bry-sur-Marne. Pourtant à l'intérieur de ces hangars mythiques se trame un drôle de manège. Les équipes se coordonnent pour monter six décors spécialement conçus pour la prochaine campagne de publicité de la Toyota Yaris. Trois jours de tournage ont été nécessaires pour réaliser ces 60 secondes de film. Il faut dire que l'enjeu est de taille, Toyota fête ses 20 ans de production sur le territoire français. Alors pour célébrer cet enracinement en France, la marque a mis les petits plats dans les grands avec pour seule exigence qu'ils aient été fabriqués dans l'hexagone.

« C'EST TRÈS FRANÇAIS »

Avec humour et bienveillance, le réalisateur Benjamin Bouhana (Bollywood Production) et les équipes de l'agence The&Partnership France qui accompagnent Toyota se jouent de nos us et coutumes fort variés qui nous caractérisent. Pain au chocolat ou chocolatine ? Le nombre de bises et autres tics de langage sont mis en lumière sous l'œil malicieux de Jérémy Corallo, le comédien qui incarne à l'écran cette publicité produite en France avec une équipe de tournage française, des comédiens français et des éléments de décors fabriqués en France.

61 MARQUES PRÉSENTES

Avec le soutien de la certification Origine France Garantie portée par l'association Pro France, la campagne est entièrement composée de produits d'entreprises ayant fait le choix du Produire en France comme Le Slip Français, les jeans 1083, Smuggler etc. Soit au total 61 marques et plus de 150 produits réunis à travers 6 décors, tels qu'un parking, une boulangerie, une salle à manger, une terrasse de café ou encore une place de bal ; le comédien évolue véritablement dans notre quotidien. Tant que possible, chacun des éléments est français et le détail est poussé jusqu'aux interrupteurs certifiés Origine France Garantie de l'entreprise Meljac.



UN FILM FRANÇAIS QUI LE PROUVE !

Pour que ce film publicitaire soit certifié, il fallait qu'il réponde à l'exigeant cahier des charges de la certification Origine France Garantie audité par un organisme de certification indépendant. Il était donc impératif que tous les éléments soient français. L'histoire aurait pu s'arrêter là mais Toyota a souhaité pousser les curseurs au maximum et joue le jeu de la transparence totale avec le consommateur puisque tous les articles présents dans le film sont répertoriés sur un site web dédié en ligne depuis le 3 mars : www.yaristresfrancaise.fr.

Au-delà de la transparence, Toyota fait par la même occasion preuve d'un esprit bien français que l'on retrouve régulièrement dans l'univers de ceux qui fabriquent en France, une fraternité. En apportant un coup de projecteur sur des marques qui n'auraient peut-être pas pu s'offrir une telle visibilité.



INTERVIEW

FRANCK AGNEL, CREATIVE CLIENT LEAD DE L'AGENCE THE&PARTNERSHIP FRANCE



VOTRE AGENCE A UNE HISTOIRE PARTICULIÈRE AVEC TOYOTA. POUVEZ-VOUS EN DIRE QUELQUES MOTS ?

Franck Agnel : Effectivement, The&Partnership a une histoire particulière avec Toyota puisque notre réseau européen s'est construit avec le gain du budget Toyota Europe fin 2016.

The&Partnership était initialement uniquement implanté en Angleterre, en Amérique du Nord et en Asie.

Ce sont donc plus de 20 agences T&P qui ont vu le jour en Europe depuis 2 ans et qui travaillent, entre autres, pour les marques Toyota et Lexus, la marque Premium du constructeur japonais.

Nous sommes le groupe de communication indépendant ayant connu la plus forte croissance en Europe ces 2 dernières années. The&Partnership France a ouvert ses portes en avril 2017 et emploie aujourd'hui plus de 25 personnes.

COMMENT AVEZ-VOUS RÉAGI AU BRIEF DE TOYOTA FRANCE CONCERNANT UNE NOUVELLE CAMPAGNE POUR YARIS ?

F. A. : Le brief de la part de Toyota était assez simple : rappeler les origines françaises de Yaris et, plus globalement, l'ancrage de Toyota dans l'économie française depuis 20 ans.

Notre axe stratégique était le suivant : faire la plus française des campagnes publicitaires pour la plus française des citadines.

Mais, nous ne voulions pas être uniquement dans une posture déclarative en affirmant que cette voiture était produite en France ce que beaucoup savent déjà.

Nous voulions aller plus loin dans notre démarche pour faire de Yaris un produit ancré dans notre quotidien, au même titre que des marques nationales fortes ou nos us et coutumes qui parlent à tout le monde.

Les créatifs nous ont donc proposé l'idée de faire un film publicitaire avec des composants uniquement français et illustré par des scènes typiques de la vie de tous les jours.

Cette idée nous a séduit et a séduit les équipes Toyota immédiatement. Nous avons donc pensé un film à l'image de la citadine de Toyota : un film très français.

QUELLES ONT ÉTÉ VOS PRINCIPALES DIFFICULTÉS POUR MONTER CE PROJET ?

F. A. : Je ne parlerai pas de difficultés mais plutôt d'incertitude car, au commencement du projet, nous ne savions pas combien d'entreprises nous suivraient dans cette aventure et accepteraient de mettre à notre disposition leurs produits.

Faire un film de publicité basé sur des composants uniquement français était un vrai challenge.

Et cela ne reposait pas uniquement sur le fait que l'équipe de production, le réalisateur et le lieu de tournage soient français. Par la suite, la plus grande difficulté a été de contacter les entreprises et de nous assurer que nous aurions, pour chaque tableau imaginé par les créatifs, les produits en question afin de pouvoir préparer et réaliser le film.



“ Nous avons pensé un film à l'image de la citadine de Toyota : un film très français. ”

Au final, ce sont plus de 60 marques (représentant 150 produits dans le film) qui ont été réunies en moins de 2 mois.

Toutes les équipes impliquées sur ce projet ont travaillé d'arrache-pied pour aboutir à ce résultat : un film dont plus de 90% de ses composants sont français ce qui nous a permis d'obtenir la certification Origine France Garantie, une première pour un film publicitaire en France.

QU'EST-CE QUI VOUS A LE PLUS SURPRIS ?

F. A. : L'enthousiasme des entreprises ayant fait le choix de produire en France et de la certification Origine France Garantie. Toutes les entreprises contactées nous ont fait part immédiatement de leur envie de participer à ce projet.

Sans leur aide et leur implication, ce projet n'aurait pas pu voir le jour. Aussi, ce film est un peu leur film également. Nous avons souhaité prolonger l'expérience et la mise en avant de ces marques partenaires à travers la création d'un site web dédié (yaristresfrançaise.fr) que nous avons pensé comme une vitrine du « produire en France ». Au-delà de découvrir les coulisses de ce projet, ce site permet au grand public de vérifier la provenance de chacun des produits présent dans le film et d'en savoir plus sur les entreprises nous ayant accompagnés dans cette aventure. Et je tiens encore à toutes les remercier ici pour leur collaboration.

QU'EST-CE QUI VOUS RETIENDREZ DE CE PROJET SI PARTICULIER ?

F. A. : La formidable mobilisation de toutes les personnes ayant participé de près ou de loin à ce projet.

Mais surtout la relation avec les entreprises ayant fait le choix de produire en France, relation qui nous a permis de découvrir de superbes histoires d'hommes et de femmes de tous âges qui s'investissent quotidiennement pour pérenniser l'emploi et la production en France. Et à cette occasion, découvrir également la qualité de leur travail. Cette campagne est aussi une manière de leur rendre hommage.

61 MERCCIS !

Nous tenions à prendre le temps de remercier chaleureusement chacune des marques qui a participé à la réalisation du film « Yaris très française », le premier film publicitaire Origine France Garantie.

ORIGINE
FRANCE
GARANTIE

BV Cert. 7243657



Consommations mixtes (L/100 km) et émissions de CO₂ (g/km) : de 4,7 à 5,1 et de 104 à 118 - Valeurs corrélées NEDC, déterminées sur la base du nouveau cycle d'homologation VDA
Pour plus de détails, voir toyota.fr.



TOYOTA

TOUJOURS
MIEUX
TOUJOURS
PLUS LOIN

Merci **Meljac** d'avoir apporté la lumière, merci **Le Slip Français** de nous avoir si bien soutenus, merci **Goa** de nous avoir vite tenus au parfum, merci **Lafuma Mobilier** pour votre appui, merci **Ocewood** d'être arrivés pied au plancher, merci **Pierre Quioc** pour votre aide qui n'était pas accessoire, merci **Les Brasseurs de Lorraine** pour votre soutien rafraîchissant, merci **Tissage de Luz** d'avoir tissé cette belle relation avec nous, merci **Paris Caramels** pour votre aide capitale, merci **Apilco** pour votre appui précieux, merci **Laulhère** de nous avoir bichonnés, merci **Confection des Deux Sèvres**, sans vous ça aurait été une autre paire de manches, merci **Tie Rack** d'avoir été dans le coup, mille mercis **1083**, merci **Smuggler** pour votre travail sur-mesure, merci **Well** d'avoir été aussi collants, merci **Acropose** pour ne pas nous avoir laissés sur le banc, merci **Dickson** de ne pas avoir laissé de zone d'ombre, merci **La Grange** de ne pas nous avoir laissés sur la paille, merci **Le Presse Papier** pour votre motif-ation, merci **Maison Drucker** pour votre implication rotin-croyable, merci **Camif** pour votre engagement à nos côtés, merci **Drugeot Manufacture** pour votre apport massif, merci **Oh Oui!** pour votre délicieux coup de main, merci d'avoir dit oui de A à **Zhed**, merci **Dess** vous avez été para-fait, merci **Crafty Light** pour la clarté de nos échanges, merci **Le Temps des Citrons** pour votre bio coup de main, merci **Three Seven Paris** on a eu du bol de vous avoir avec nous, merci **Laguiolle Actiforge** pour avoir forgé avec nous une belle amitié, merci **Duralex** de nous avoir suivis en verre et contre tout, merci **Tarian l'Atelier** vous avez été terre-ible, merci **My Little Day** pour votre sens de la fête, merci **Pixii** de votre réponse instantanée, merci **UnCoqDansLeTransat.fr** d'avoir accouru à tire-d'aile, merci **La Carafe** grâce à vous on n'est pas resté en ..., merci **Lilokawa** vous êtes jute géniaux, merci **Louis Moulin** pour votre savoir-fer, merci **Reine Mère** d'envoyer du bois, merci à celui ou celle qui lira cette liste jusqu'au bout, merci **Roger Orfèvre** de nous avoir aidés sur le plateau, merci **Papillo** pour votre assis-stance, merci **Kapsys** d'avoir répondu à notre appel, merci **Laura Laval Paris** d'avoir filé le parfait amour avec nous, merci **Febvay** pour votre professionnalisme, merci **Le Mont St Michel** pour votre enthousiasme inusable, merci **Le T-shirt Français** pour votre est-éthique, merci **Bleu de Paname** on était très honorés, merci **B52** de nous avoir aidés à boucler le projet, merci **LeChicFrançais.fr** vous êtes trop stylés, merci **Aquila** c'était le pied, merci **Armor-lux**, merci **Laps** de vous être montrés si enjoués, merci **1789 Gala** vous avez azuré, merci **Montlimart** pour votre transparence remarquable, merci **La Manufacture** de ne pas nous avoir lâchés d'une semelle, merci **Cinabre** pour nœuds avoir fait confiance, merci **Willy's Paris** on vous dit chapeau, merci **Louvreuse** pour votre sac-rée aide, merci **Mauviel 1830** sans vous on était cuit-vre, merci **Coin-fr.com** d'avoir été dans le coin, merci **The French Game** de vous être prêtés au jeu !

Nous ne l'oublions pas, rien n'aurait été possible sans vous.

[inst] **ALLICHT**

Licht, architectuur en design



Enlighten Europe

De gestage opmars van HCL

Schakelen naar **schoonheid**

schoonheid

licht aan



Meljac

Het Franse bedrijf Meljac ontwerpt en maakt luxe schakelmateriaal en oplossingen op maat. Dit merk biedt een uitgebreid productassortiment in allerlei maten en afwerkingen, met hoogwaardig materiaal als messing, glas in allerlei kleuren, Limoges porselein, halfedelstenen en nog veel meer.

Schakelaars, stopcontacten, thermostaten, home automation systems, deurbellen, bureau- en leeslampen: Meljac maakt het met de hand en dat valt op: er hebben al veel architecten, interieurarchitecten, elektriciens en anderen gekozen voor deze fraaie schakelaars en lampen.

www.meljac.com



Light delivered
by people

www.tronixlighting.com

Beauté / lumière allumée

Meljac

La société française Meljac conçoit et fabrique du luxe appareillage et solutions sur mesure. Cette marque offre une vaste gamme de produits de toutes sortes tailles et finitions, avec des matériaux de haute qualité en laiton, verre de toutes les couleurs, porcelaine de Limoges, pierres semi-précieuses et beaucoup plus.

Interrupteurs, prises, thermostats, domotique, sonnettes, lampes de bureau et liseuses:

Meljac le fait à la main et il se démarque: il y a déjà de nombreux architectes, architectes d'intérieur, électriciens et d'autres ont opté pour ces beaux interrupteurs et lampes.

le 20/12/18



DÉCORATION : L'ÉLECTRIQUE DE MELJAC, OU LA RENCONTRE DU DÉTAIL ET DE LA DÉCO

Les objets déco à appareillage électrique sont très inspirés de la décoration des années Art Déco. Leur retour au-devant de la scène de la décoration se fait de plus en plus ressentir, tout comme ses prix. Exemple avec la société Meljac.

Envie d'un interrupteur bijou papillon en bronze orné de labradorite, ce magnifique minéral du groupe des silicates, et réalisé, bien sûr, sur-mesure ? Il vous faudra alors déboursier la bagatelle de 4 741 euros, prix de l'excellent travail artistique des ateliers de la société Meljac.

Cette société, qui est classée au patrimoine vivant, a été créée il y a maintenant 25 ans, par André Bousquet. Cet électricien de formation a choisi de miser sur l'électricité dans un marché saturé par le plastique. Et pour tirer son épingle du jeu, l'entrepreneur a la merveilleuse idée de revisiter l'utilisation et les formes habituelles du métal, et plus particulièrement du laiton. Cette entreprise, qui puise son inspiration dans le style Art Déco, a pour signature sur ces œuvres, un petit levier en forme de goutte d'eau qui a pour but d'actionner en va-et-vient l'interrupteur.

Le directeur général de l'entreprise, Jean Pierre Lagarde explique que l'entreprise "occupe un marché de niche". L'entreprise a d'ailleurs déjà été mandatée par des établissements tels que le Ritz ou encore le Meurice, qui raffolent des produits personnalisés qu'est capable de produire la société d'André Bousquet.

Mais les particuliers peuvent eux aussi profiter du raffinement de la marque Meljac, qui propose des objets de décoration personnalisés à partir de 90 euros.

Un monde où la décoration et le détail se marient, et qui est abordable pour tous, grands hôtels ou petit salon.

ARTICLES RÉCENTS

SI VOUS VOULEZ AVOIR L'ESTOMAC PLAT, INCLUEZ LES FIBRES DANS VOTRE ALIMENTATION !

LE CHANTEUR DE LINKIN PARK CHESTER BENNINGTON RETROUVÉ MORT

RAPPORT DE CONDUITE BMW 750LI

SIX MASQUES FAITS MAISON POUR DES CHEVEUX RADIEUX ET SAINS

LES 6 MEILLEURES TÉLÉVISIONS POUR REGARDER LA COUPE DU MONDE 2018 EN RUSSIE

RECHERCHE

SEARCH



SHARE: **f**

ANDRÉ BOUSQUET FAIT LA LUMIÈRE SUR MELJAC

CONNUE DANS LE MONDE ENTIER, PORTANT LE NOM DE LA COMMUNE AVEYRONNAISE OÙ EST NÉ CELUI QUI L'A CRÉÉE EN 1995, CETTE ENTREPRISE, LEADER SUR SON MARCHÉ, CONÇOIT ET FABRIQUE DES APPAREILLAGES ÉLECTRIQUES DE LUXE ET, EN PARTICULIER, DES INTERRUPTEURS. POUR DES PALACES ET DES HÔTELS, DES GRANDES MAISONS, DES LIEUX PRESTIGIEUX OU DES PRESCRIPTEURS. BASÉE À PARIS, ELLE COMPTE PRÈS DE 70 SALARIÉS ET AFFICHE UN CHIFFRE D'AFFAIRES PROCHE DE 8 M€, DONT 40% À L'EXPORT.



LES SAVEURS DE L'AVEYRON ONT SÉDUIT LES PARISIENS



DEPUIS MILLAU, LUCIE HÉRAN EXPORTE SON SAVOIR-FAIRE

LA RUTHÉNOISE HÉLÈNE SCHULLER A PRIS SON ENVOL

CLAIRE DEMEESTER AU SERVICE DES ESPOIRS DU TENNIS FRANÇAIS

LES 5 INFOS DU 12

L'AVEYRON À LA UNE



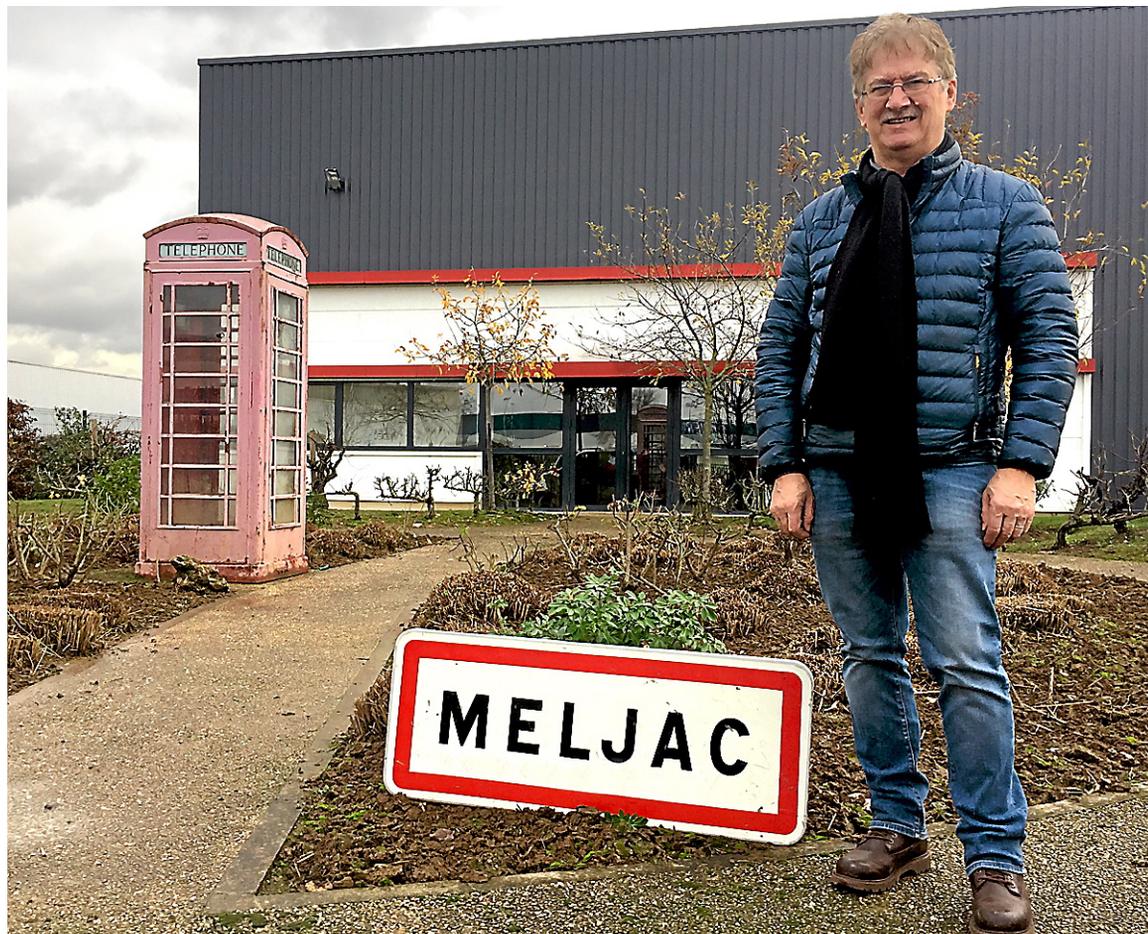
Tous les dimanches, partez à la découverte de votre département.



LA SOCIÉTÉ MELJAC A DES BOUTONS MAIS ANDRÉ BOUSQUET EST FIER DE CETTE FIÈVRE !

ORIGINAIRE DE CETTE PETITE COMMUNE DU SÉGALA, DONT IL A CHOISI LE NOM POUR BAPTISER SON ENTREPRISE, FILS DE COMMERÇANTS, IL A QUITTÉ SA RÉGION POUR CRÉER, SA SOCIÉTÉ D'INSTALLATIONS ÉLECTRIQUES À PARIS. IL S'EST VITE RENDU COMPTE QU'IL MANQUAIT UNE TOUCHE FINALE AUX APPAREILLAGES SUR LES CHANTIERS. IL A PENSÉ À CES INTERRUPTEURS DE LUXE DÈS 1983 MAIS ILS N'ONT VU LE JOUR QU'À PARTIR DE 1995.

Classique, ellipse, damier, Elliot, prestige, Limoges, volumes, Pierrot, ou bien cannelée. Ce catalogue à la Prévert est plutôt le catalogue de Meljac. Leader des interrupteurs haut de gamme, connu dans le monde entier pour ses appareillages électriques de luxe qu'il conçoit et fabrique, Meljac, c'est surtout l'histoire d'un homme : André Bousquet. Discret, ne cultivant pas son ego dans son jardin - « Je suis juste le chef d'orchestre d'un sacré orchestre, dont je suis très fier », difficile à tenir assis sur la chaise de son bureau plus de cinq minutes, il est soudain capable de devenir très volubile. Il suffit de bien tomber, d'avoir un peu de chance aussi, et ce personnage très attachant se déshabille (presque) complètement. André Bousquet a donc poussé son premier cri voilà 67 ans. Dans une petite commune du Ségala, Meljac précisément. Des parents commerçants (épicerie, restaurant de campagne) mais une famille de forgerons. Il en a identifiés sur l'arbre généalogique jusqu'en... 1730 ! Mais, avant de se forger une belle carrière professionnelle, jalonnée aujourd'hui de sacrées réussites, il a « glandé ». C'est une formule à lui. « Je ne savais rien faire... Si ce n'est "mater" les filles et frimer, confirme-t-il. J'ai pris conscience de la nécessité faire quelque chose de ma vie à l'âge de 25 ans ». Son parcours est ponctué d'anecdotes, souvent croustillantes, mais parfois émouvantes. Ses yeux rougissent



André Bousquet est « très attaché » à ses racines aveyronnaises et c'est donc « le plus naturellement du monde » qu'il a donné le nom de sa commune de naissance à l'entreprise qu'il a créée en 1995. Et il a voulu matérialiser cet amour du pays en installant un panneau Meljac devant l'entrée de l'atelier de production de Villeneuve-le-Roi (94). Il avait fait la même chose dans la cour du siège social dans le 15^e arrondissement de Paris mais l'objet a été récemment... dérobé !

et sa voix tremblote d'ailleurs par moments. Mais, une chose est sûre : il n'oublie pas d'où il vient. Jamais. La grange de son frère Paul un jour a brûlé. Il a décidé de reconstruire « la plus belle » de la commune. Déjà. Il s'est essayé comptable, il y est resté... un quart d'heure ! C'est un stage

en électricité effectué à Rodez qui a été le déclic. Avec des cours du soir « pour acquérir un bagage plus solide » et devenir ingénieur électricien. Après avoir été salarié dans une entreprise à Paris, André Bousquet a donc créé Meljac en 1995 mais il réfléchissait aux interrupteurs depuis 1983.

Et, comme il se plaît à le rappeler, « tout a pris forme et a grandi grâce à une équipe de guerriers, où il n'y a pas de bras cassés ! ». Que lui reste-t-il de cet Aveyron où il a vu le jour ? « Une partie de la maison familiale à Meljac, où j'essaie de revenir une fois par an, répond-t-il. Je fais en sorte que ce retour au pays colle avec l'ouverture de la pêche. J'ai encore beaucoup d'attaches et d'amis ». Amitié, le mot est lâché. L'amitié compte énormément pour cet ancien joueur de rugby qui a évolué au centre ou à l'arrière. S'il a porté le maillot du Racing, il vibre aujourd'hui plutôt pour Clermont. Il en parle souvent avec ses deux amis de l'ovale, Sylvain Marconnet et Peter de Villiers. À la différence des interrupteurs, l'amitié n'est jamais coupée !

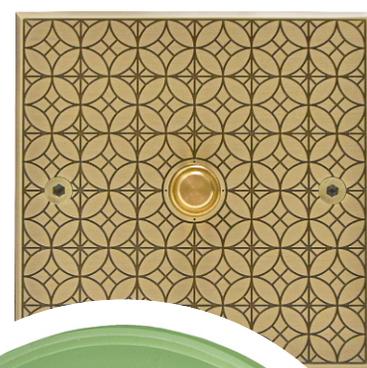
RUI DOS SANTOS

PREMIÈRE FILIALE AUX ÉTATS-UNIS

Après plusieurs années de présence aux États-Unis au travers d'un distributeur, André Bousquet a décidé qu'il devenait « nécessaire d'établir une relation directe avec les clients sur ce marché spécifique ». Meljac a donc créé cette année sa toute première filiale : Meljac North America. « La présence en propre permet de mieux appréhender les projets, d'optimiser le service client et la réactivité, et ainsi d'exploiter tout le potentiel de ce secteur géographique », explique le patron aveyronnais. Située sur la côte ouest, cette filiale Meljac North America bénéficie d'une position stratégique compte-tenu du fort potentiel de la région. Elle est également représentée au sein du groupement Par Excellence à New York, showroom des savoir-faire français d'exception.

DESIGN ET SAVOIR-FAIRE AU SERVICE DE L'ESTHÉTIQUE

Leader sur son marché, Meljac conçoit et fabrique des appareillages électriques de luxe : interrupteurs, prises de courant, thermostats, systèmes domotiques, sonnettes, lampes à poser, spots et liseuses... Et la société, créée en 1995 et dirigée par André Bousquet, réalise également des solutions sur-mesure. La marque offre un large choix de produits, avec divers formats et finitions, en matériaux nobles, tels que le laiton, le verre, la porcelaine de Limoges, et même des pierres semi-précieuses. En mariant esthétique et technologie, Meljac séduit aussi bien les architectes et les décorateurs que les électriciens, les particuliers... Palaces et hôtels (Lutetia à Paris, Royal Monceau à Paris, Le cheval blanc à Courchevel, Intercontinental à Genève, Hôtel Danieli à Venise, Mandarin Oriental à Marrakech, Aman Sveti Stefan à Montenegro...), grandes maisons (Boucheron, Cartier, Chanel, Dolce & Gabbana, Hermès, Prada...), lieux prestigieux (château de Versailles, Musée du Louvre, Fondation Maeght à Saint-Paul-de-Vence...) font partie des références majeures. Qualité irréprochable, design épuré, sobre et intemporel, finitions raffinées, tels sont les maîtres-mots des créations signées Meljac. Inspiré par l'art de vivre des années 30, symbolisé par le levier « goutte d'eau », André Bousquet conçoit un produit esthétiquement irréprochable, qui reste encore sa force aujourd'hui. Après l'élaboration technique des modèles, dans l'atelier de Villeneuve-le-Roi (94), leur adaptation au marché et l'indispensable étape de mise aux normes, la gamme s'est étoffée. En plus des modèles standards, Meljac est de plus en plus sollicité pour des fabrications sur-mesure, rendues possibles grâce à l'évolution de ses outils de production. Présente sur la scène internationale, la société compte désormais une soixantaine de revendeurs agréés, dont plusieurs à l'étranger, où le marché connaît un fort développement. Les chiffres clés : environ 70 collaborateurs, près de 8 M€ de chiffre d'affaires dont 40% réalisé à l'export, 7% de ce chiffre d'affaires consacrés à l'innovation, 2 ateliers et autant de showrooms (Paris 15^e et Lyon).



Le siège administratif et le showroom du fabricant français Meljac sont situés dans le 15^e arrondissement de Paris.

Rui Dos Santos

ECONOMIE

La société Meljac a des boutons mais André Bousquet est fier de cette fièvre

ABONNÉS



André Bousquet est « très attaché » à ses racines aveyronnaises et c'est donc « le plus naturellement du mo... » DR

Publié le 07/12/2018 à 10:47 / Modifié le 09/12/2018 à 10:01

Partager Rodez



Originaire de Meljac, petite commune du Ségala, dont il a choisi le nom pour baptiser son entreprise, fils de commerçants, André Bousquet a quitté sa région pour créer, sa société d'installations électriques à Paris. Il s'est vite rendu compte qu'il manquait une touche finale aux appareillages sur les chantiers. Il a pensé à ces interrupteurs de luxe dès 1983 mais ils n'ont vu le jour qu'à partir de 1995.



En direct

- 09:14 Gilets jaunes : la circulation globalement fluide ce lundi...
- 09:01 La Ruthénoise Hélène Schuller en "mode avion(s)"
- 08:01 Mur-de-Barrez : la patinoire reviendra seulement l'hiver...
- 07:01 Avec l'association culturelle Derrière le Hublot, c'est...
- 19:18 Saint-Cyprien-sur-Dourdou : la voiture termine sa course dans...

< 1/5 >

Journal du 10 décembre

ACHETER UNE ÉDITION

Classique, ellipse, damier, Elliot, prestige, Limoges, volumes, Pierrot, ou bien cannelée. Ce catalogue à la Prévert est plutôt le catalogue de Meljac. Leader des interrupteurs haut de gamme, connu dans le monde entier pour ses appareillages électriques de luxe qu'il conçoit et fabrique, Meljac, c'est surtout l'histoire d'un homme : André Bousquet. Discret, ne cultivant pas son ego dans son jardin - "Je suis juste le chef d'orchestre d'un sacré orchestre, dont je suis très fier", difficile à tenir assis sur la chaise de son bureau plus de cinq minutes, il est soudain capable de devenir très volubile. Il suffit de bien tomber, d'avoir un peu de chance aussi, et ce personnage très attachant se déshabille (presque) complètement.

André Bousquet a donc poussé son premier cri voilà 67 ans. Dans une petite commune du Ségala, Meljac précisément. Des parents commerçants (épicerie, restaurant de campagne) mais une famille de forgerons. Il en a identifiés sur l'arbre généalogique jusqu'en... 1730 ! Mais, avant de se forger une belle carrière professionnelle, jalonnée aujourd'hui de sacrées réussites, il a "glandé". C'est une formule à lui. "Je ne savais rien faire... Si ce n'est "mater" les filles et frimer, confirme-t-il. J'ai pris conscience de la nécessité faire quelque chose de ma vie à l'âge de 25 ans".

Le déclic après un stage d'électricité

Son parcours est ponctué d'anecdotes, souvent croustillantes, mais parfois émouvantes. Ses yeux rougissent et sa voix tremblote d'ailleurs par moments. Mais, une chose est sûre : il n'oublie pas d'où il vient. Jamais. La grange de son frère Paul un jour a brûlé. Il a décidé de reconstruire *"la plus belle"* de la commune. Déjà. Il s'est essayé comptable, il y est resté... un quart d'heure ! C'est un stage en électricité effectué à Rodez qui a été le déclic. Avec des cours du soir "pour acquérir un bagage plus solide" et devenir ingénieur électricien. Après avoir été salarié dans une entreprise à Paris, André Bousquet a donc créé Meljac en 1995 mais il réfléchissait aux interrupteurs depuis 1983. Et, comme il se plaît à le rappeler, *"tout a pris forme et a grandi grâce à une équipe de guerriers, où il n'y a pas de bras cassés !"*.

Que lui reste-t-il de cet Aveyron où il a vu le jour ? *"Une partie de la maison familiale à Meljac, où j'essaie de revenir une fois par an, répond-t-il. Je fais en sorte que ce retour au pays colle avec l'ouverture de la pêche. J'ai encore beaucoup d'attaches et d'amis"*. Amitié, le mot est lâché. L'amitié compte énormément pour cet ancien joueur de rugby qui a évolué au centre ou à l'arrière. S'il a porté le maillot du Racing, il vibre aujourd'hui plutôt pour Clermont. Il en parle souvent avec ses deux amis de l'ovale, Sylvain Marconnet et Peter de Villiers. à la différence des interrupteurs, l'amitié n'est jamais coupée !

Première filiale aux Etats-Unis

Après plusieurs années de présence aux Etats-Unis au travers d'un distributeur, André Bousquet a décidé qu'il devenait *"nécessaire d'établir une relation directe avec les clients sur ce marché spécifique"*. Meljac a donc créé cette année sa toute première filiale : Meljac North America. *"La présence en propre permet de mieux appréhender les projets, d'optimiser le service client et la réactivité, et ainsi d'exploiter tout le potentiel de ce secteur géographique"*, explique le patron aveyronnais. Située sur la côte ouest, cette filiale Meljac North America bénéficie d'une position stratégique compte-tenu du fort potentiel de la région. Elle est également représentée au sein du groupement Par Excellence à New York, showroom des savoir-faire français d'exception.

2019

ALTUS



SOOTHEBY'S INTERNATIONAL REALTY - PROPRIÉTÉS DE MEGÈVE

ESKAPE – programme neuf - Ski in / Ski out - Rochebrune

Commercialisation du nouveau programme ESKAPE : proche du centre-village, situé sur le front de neige de Rochebrune, emplacement d'exception avec vues sur les massifs de Rochebrune, du Jaillet, du Mont d'Arbois, des Aravis et la cime du Mont Blanc. Le projet, constitué de 2 chalets de 8 et 10 appartements très haut standing, propose de grands volumes, terrasse et/ou balcon,

cheminée, garage en sous-sol, ascenseur... ainsi qu'un ensemble de services premium tels que conciergerie, ski shop, espace fitness et détente, simulateur de golf, espace TV et game room...

Lancement des travaux : printemps 2019 – livraison : courant 2^e semestre 2020.
Récupération de TVA possible selon réglementation en vigueur.



Sale of the new development "ESKAPE", close to the centre of the village, at the foot of the Rochebrune slopes, exceptional location with views of Rochebrune, Mont d'Arbois, Aravis and the top of Mont Blanc. The project consists of 2 chalets of 8 and 10 luxury apartments: generous proportions, terrace and / or balcony, fireplace, basement garage, lifts... and premium services such as concierge, ski shop, fitness and relaxation area, golf simulator, TV and game room...
Work starts spring 2019 - delivery 2nd quarter of 2020. Possible VAT recovery according to current regulations.

Propriétés de Megève - Sotheby's International Realty
93 Rue St-François de Sales - Tél. +33 4 50 91 74 38,
sales.megeve@or-sir.com - www.megeve-sothebysrealty.com

CIMALPES

Cimalpes a inauguré en juillet 2018 sa seconde agence en plein centre de Megève, officialisant dans le même temps le lancement de son activité de transaction immobilière. Son bureau au Mont d'Arbois, entièrement devenue Cimalpes cet automne, s'était concentré sur la location de vacances de chalets et appartement de luxe avec une offre haut de gamme de services para-hôtelières. Cimalpes s'étoffe aujourd'hui d'un service de gestion pour les propriétaires souhaitant lui confier leur bien. Grâce au sérieux de ses services et à la confiance que lui témoignent ses clients, Cimalpes est désormais présente sur 5 stations de prestige et peut poursuivre son développement raisonné et singulier dans les plus belles stations des Alpes françaises.

In July 2018 Cimalpes inaugurated its second agency in the centre of Megève, launching its property transaction business at the same time. The office at Mont d'Arbois, which became Cimalpes this autumn, is focused on renting chalets and luxury apartments with a high-end range of personalised services. Cimalpes now offers a management service for owners who want to entrust their property to our expert teams. Thanks to our professional service the confidence shown by our clients, Cimalpes is now present in 5 prestigious ski resorts and will continue its discerning expansion in the most beautiful resorts of the French Alps.

22 rue Saint François de Sales - 74120 Megève
Tél. 04 79 898 898 - info@cimalpes.com - Cimalpes.com - Cimalpes.ski



GUY MUFFAT ÉLECTRICITÉ présente MELJAC

Le luxe dans les moindres détails... Meljac, leader des appareillages électriques de luxe, habille sur mesure les prises, interrupteurs et autres systèmes domotiques de votre chalet. Exit le plastique. Place aux matériaux nobles tel que le laiton, la porcelaine, le verre trempé, voire, pour les plus exigeants, ou les pierres précieuses.



Meljac équipe des établissements de prestige, notamment le Château de Versailles, le Four Seasons Georges V et le Meurice à Paris.
Les finitions sont effectuées à la main. Tous les produits sont certifiés "Origine France Garantie".

Luxury down to the smallest details ... Meljac is leader in luxury electrical fittings, tailors plugs, switches and other home automation devices for your chalet. No plastic, only luxury finishes such as brass, porcelain, tempered glass, or even, for the most discerning, precious stones. Meljac has fitted out the most prestigious establishments, notably the Palace of Versailles, the Four Seasons Georges V and the Meurice hotels in Paris.

All products are hand finished and certified "Origine France Garantie".

Guy Muffat Electricité - Distributeur officiel MELJAC

<https://rmc.bfmtv.com/emission/decouvrez-la-liste-complete-des-laureats-des-trophees-pme-bougeons-nous-devoilee-1546529.html>

Commenter ⁰

Partager

Tweeter

Partager

Imprimer

Le concours a été lancé en mai. Il récompense les entreprises dans différentes catégories comme "Fabriqué en France", ou "A l'export".

Elles sont six. Six entreprises ont remporté la 9ème édition des "Trophées PME bougeons-nous". Ce concours, lancé en mai dernier, récompense les PME qui osent, emploient et innove. Les six lauréats ont été désignés lors d'une soirée de remise de prix organisée dans la salle Wagram à Paris et présentée par Jean-Jacques Bourdin et l'ancien champion Olympique Tony Estanguet.

C'est la société **Meljac** qui s'est imposée dans la catégorie "Fabriqué en France". Cette entreprise fabrique des appareillages électriques de luxe. Dans la catégorie "Entreprise Durable", c'est **Comerso**, entreprise valorisant les invendus de la grande distribution qui a terminé en tête.

100.000 euros de campagne publicitaire

L'entreprise **Poietis** a elle triomphé dans la catégorie "Jeune Pousse". Cette PME est spécialisée dans la bio-impression 3D. Dans les catégories "Créative" et "Artisanale", se sont respectivement les sociétés **Megasecur.Europe** et **Les Ateliers Peyrache** qui triomphent. Tout comme l'entreprise **Arcure** dans la catégorie "A l'export". Celle-ci fabrique et commercialise des caméras intelligentes pour les véhicules industriels. Enfin, un "Prix spécial du Jury" a été accordé à la société **C'est qui le Patron ?!**. Celle-ci est une marque des consommateurs qui fixent eux-mêmes les prix des produits agroalimentaires.



BOURDIN RÉCOMPENSE MELJAC

Les Trophées PME Bougeons-nous ont été lancés en mai. Ils récompensent les entreprises dans différentes catégories, comme À l'export ou Fabriqué en France. C'est d'ailleurs dans cette catégorie que vient de s'illustrer André Bousquet, président de l'entreprise Meljac, fabricant des appareillages électriques haut de gamme. Fondée en 1995, la société aveyronnaise compte aujourd'hui 65 employés, deux ateliers, deux showrooms et annonce un chiffre d'affaires de 6, 50 M€, en progression constante

(+10 % par an). Avec les cinq autres lauréats, André Bousquet a été récompensé lors d'une soirée de remise de prix présentée par Jean-Jacques Bourdin et l'ancien champion olympique de canoë-kayak Tony Estanguet. Chaque lauréat gagne une campagne publicitaire d'une valeur de 100 000 euros brut sur l'antenne de RMC. ■

Rectificatif CA : page suivante



7, 4 Lauréat des « Trophées PME Bougeons-nous » dans la catégorie « Fabriqué en France », la société Meljac a réalisé 7, 4 millions de chiffre d'affaires en 2017. Une performance remarquable pour l'entreprise fondée en 1995 par l'Aveyronnais André Bousquet. Installée désormais à Paris, la société Meljac est leader en France, avec 40 % du marché de l'appareillage électrique de luxe, évalué à 12 millions d'euros.

■

THE WORLD OF HOSPITALITY

Hotels, Bars & Restaurants



Bellagio Hotel

Suning and MGM unveil Bellagio, Shanghai the first international hotel to follow the famous Bellagio Towers of Las Vegas.

Mr Fogg's House of Botanicals

Taking guests on a sensory journey to an enchanted land of plants, herbs and spices that intrepid traveller

Bucket Restaurant & Bar

A beautiful sustainable seafood restaurant inspired by laid back beachside dining opens in West London

MELJAC

Created in 1995 by André Bousquet, the company designs high-quality electrical equipment using the finest materials as brass, glass, Limoges porcelain, semi-precious stones... Inspired by the lifestyle of the 1930s, symbolised by the drop-shaped toggle switch, he designed a product with impeccable aesthetic qualities. Today, this innovation remains the company's strength.

With about 10 collections, MELJAC offers architects, decorators, electricians and private individuals a large range of options: switches, sockets, table lamps, reading lights, thermostats, home automation systems etc. Meljac adapts its products with the different foreign power sockets. The plate sizes change according to the country and back boxes.

The brand is also renowned for its made-to-measure creations.

Besides designing new ranges, the E&D teams also study all requests for custom-made products.

Several mechanisms, equipment combinations, casings, customization...

With very specific knowledge of the hospitality sector, MELJAC can meet the most specific needs with products tailored to each special requirement.

Conventional switches and home automation systems, reading lamps, bells, thermostats, HVAC controls, card readers, but also door plates with engravings of room numbers and other indoor signages.

MELJAC now installs sophisticated multimedia systems as mediaHub TeleAdapt. Hotel guests can choose all kind of connectors, USB, USB2, HDMI, Bluetooth, remote activation...

Its innovation and working methods are at the heart of its development, guaranteeing an optimum quality. Handcrafted in our workshops located in France, the MELJAC products are the result of several skills

applied to: engineering, machining, engraving, chamfering, insert installation, stamping, polishing, plate and screws surface treatment (baths and rinses), brushing, coating, assembly and packaging of the product

The brand is sold in 60 countries, and has 40 authorized dealers in France and 23 abroad.

Some references: the Palace of Versailles, the Louvre Museum, the Horta Museum in Brussels, the Four Seasons Hotel George V, the Meurice, the Royal Monceau, the Royal Mansour and the Mandarin Oriental in Marrakech, the Intercontinental in Geneva, the Danieli Hotel in Venice...

All products are 'Origine France Garantie' labeled. MELJAC is the first company in its business sector to obtain the EPV label (Living Heritage Company).

www.smc-meljac.co.uk

www.ideaworks.co.uk



SMARTHOME

Electricien +



**LE FABRIQUÉ
EN FRANCE
FAIT VENDRE**

LE POINT SUR

Les interrupteurs déco

CE SONT EUX QUI EN PARLENT LE MIEUX

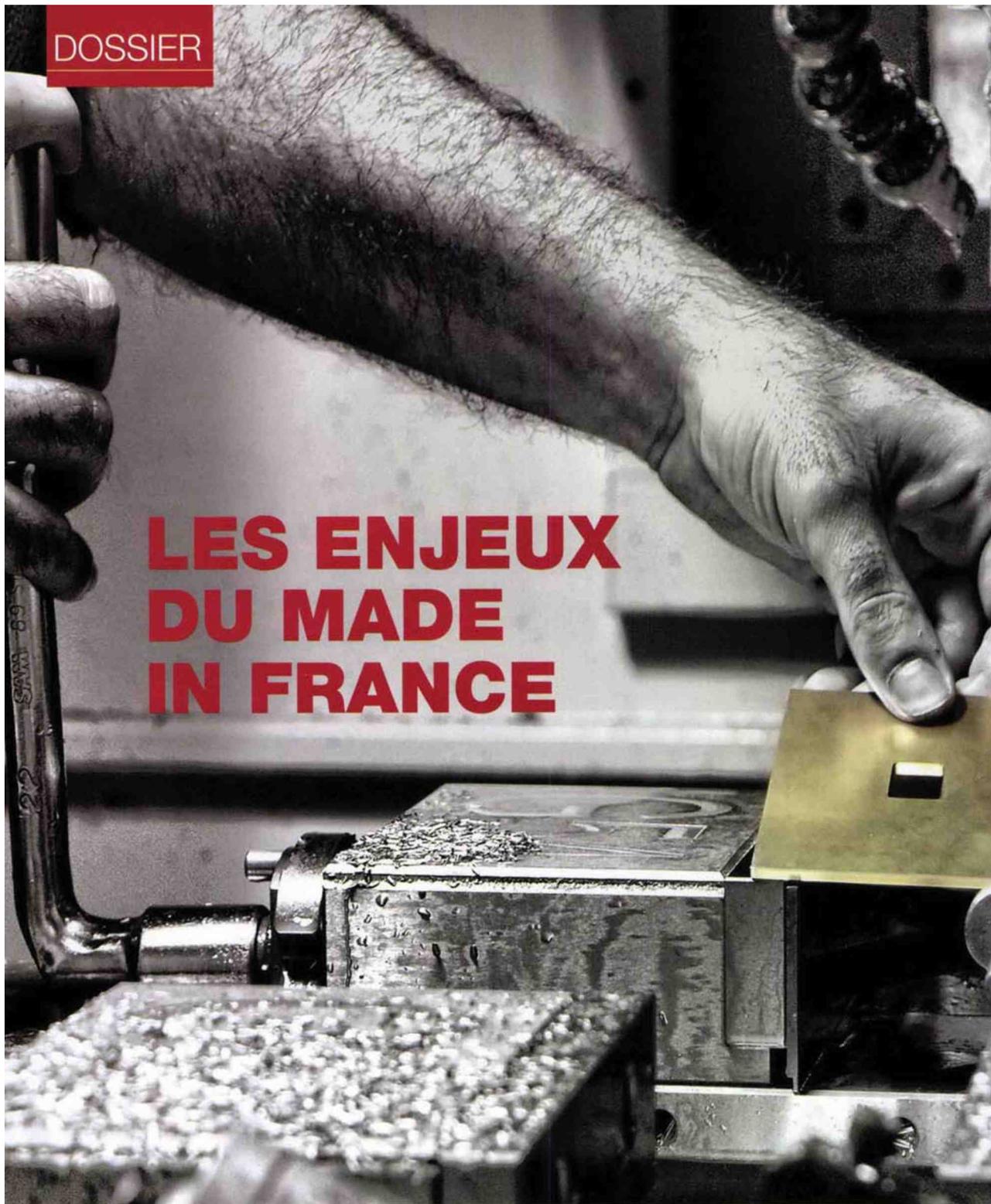
Wago présente sa stratégie gagnante

3 QUESTIONS À

WeCon purifie l'air

INTERVIEW

Fernando Chaves Pozo,
Écostruxure Schneider Electric



Le nombre d'entreprises qui fabriquent leurs produits en France et le font savoir explose. Pour accompagner et amplifier le phénomène, des labels tels que « Origine France Garantie » et « Entreprise du Patrimoine Vivant » ont même été créés, synonymes de qualité et d'excellence, d'implication sociale et environnementale. Les spécialistes de la filière électrique et de l'outillage sont-ils impliqués et motivés ? *Electricien+* a mené l'enquête...

David Le Souder



DOSSIER



Le Made in France fait vendre, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à l'avoir compris. Si le phénomène commence à être perceptible dans le secteur électrique, il est apparu voilà déjà quelques années dans l'industrie textile, où les marques et produits aux couleurs bleu-blanc-rouge se sont multipliés. « Entre 2011 et 2015, le nombre de produits que nous avons labellisés a été multiplié par quatre, nous en dénombrons aujourd'hui 15 millions », assurait en 2016 au Figaro Cyrielle François, porte-parole de France Terre Textile, un label qui met en avant le savoir-faire textile français et assure les consommateurs que les vêtements sont manufacturés au minimum à 75 % sur le territoire national. Les consommateurs seraient, en effet, bien plus sensibles à l'argument que par le passé. En 2015, selon l'Ifop, 70 % des Français se disaient prêts à payer entre 5 et 10 % plus cher pour un produit made in France. Un an plus tôt, ils n'étaient qu'un sur deux à s'intéresser à l'origine française, et à peine 39 % en 1997, selon le Credoc.

Au-delà de l'achat patriote, la fabrication française évoque une notion qualitative, et un engagement environnemental et social qui motivent. Créée en 2010, l'association Pro France surfe sur la vague et valorise les produits à travers son label « Origine France Garantie ». Dans une démarche volontaire des entreprises, le label s'obtient après une validation par l'un des organismes certificateurs, dont Bureau Veritas et l'Afnor, qui s'assurent qu'un minimum de 50 % du prix de revient unitaire est français, et que le produit prend ses caractéristiques essentielles (production, fabrication, transformation) en France. Un audit confirme chaque année la conformité initiale. Le label, plus exigeant que la simple mention Made in France, offre une forme de traçabilité et valorise les entreprises qui maintiennent ou relocalisent leur production sur le sol national.

Ce label, Diagrall l'affiche sur certains de ses produits pour affirmer une qualité et un savoir-faire. Spécialiste des systèmes d'alarme sans fil en grandes surfaces de bricolage, Diagrall est le premier fabricant de sa catégorie à avoir obtenu le label Origine France Garantie, qui donne « la certitude que les produits sont conçus et fabriqués en France, sur nos sites de production près de Grenoble, Annecy et Savoie », explique la marque.

Qualité, fiabilité et design réussi sont également mis en avant par Insafe. « Nous nous adressons très souvent au client final. Être labellisé Origine Garantie France nous permet de nous démarquer et de rassurer l'acheteur », explique Frank Gréard, qui dirige la PME Nexelec et commercialise des détecteurs autonomes de fumée sous la marque Insafe. Créée en 2009, Nexelec conçoit, fabrique et distribue des capteurs destinés à l'analyse de l'air au sens large : détection de fumée, détection de monoxyde de carbone, gaz, qualité d'air. Son approche multi-capteurs et un beau design personnalisable aident la gamme Insafe à faire la différence.

D'autres entreprises souhaitent mettre en avant l'excellence à la française avec l'obtention du label « Entreprise du Patrimoine Vivant », décerné pour l'État par les services du ministère de l'Économie et des Finances. Ce label EPV est une référence pour les consommateurs, clients et prescripteurs, qui souhaitent l'inter-



“ Un consommateur n'achète pas un produit uniquement parce qu'il est fabriqué en France. En revanche, s'il s'agit d'un bon produit et qu'en plus il est “made in France”, il en retire une certaine satisfaction, considérée comme un acte citoyen. ”

Yves Antier, directeur général de Stanley Black & Decker

vention d'un professionnel reconnu pour son respect du métier et son aptitude à l'exception. Très stricte, la labellisation récompense une entreprise dont l'activité se mêle souvent étroitement avec l'histoire d'un métier ou d'un territoire. Créé en 2005, le précieux label a déjà été accordé à quelque 1 300 entreprises, dont **Meljac**, fabricant français d'appareillage électrique haut de gamme. Interrupteurs, prises de courant, multiprises ou commandes domotiques... tous les produits de **Meljac** évoquent le luxe, magnifiés par des matériaux nobles et un savoir-faire minutieux.

« Pour faire un produit de qualité, il faut des valeurs, une histoire », explique Jean-Michel Lagarde, directeur général de **Meljac**. Dans le projet d'André Bousquet, le créateur de cette maison, il y a d'abord une fierté de produire en France. Mais également un intérêt économique, car c'est un vrai gage de qualité. Pour être capable de produire ce que l'on fait, il faut une grande proximité avec ses équipes, les emmener dans un projet. On est sûr du très haut de gamme. On ne va pas aller sur des produits où il y a trop de concurrence, de prix. Et on évite d'aller se perdre sur d'énormes volumes, parce qu'on sait qu'on serait obligé de faire quelque chose contre nature pour nous. Nous, nous justifions le prix par une vraie valeur ajoutée. » Cette philosophie d'entreprise conduit d'ailleurs la marque à privilégier également les fournisseurs français chaque fois que possible, par exemple avec le laiton massif et la porcelaine de Limoges.

Pour cultiver son image d'excellence et de luxe, **Meljac** a finalement préféré sortir de la grande distribution pour déployer son propre réseau, qui s'étend hors de



© Meljac

nos frontières. « Il faut d'autres valeurs, juge Jean-Michel Lagarde. À l'étranger, la qualité française se vend bien. Nous faisons venir nos revendeurs étrangers à l'usine, en France, pour qu'ils voient que chaque plaque Meljac a été traitée une par une à la main, et par plusieurs personnes. Nous sommes en permanence entre les frontières industrielles et artisanales, car il faut quand même des process et une qualité égale. »

Être réactif, s'adapter et rassurer

Pour le consommateur, si le « Fabriqué en France » répond à l'envie de s'offrir un meilleur produit et de donner un sens à l'acte d'achat, en soutenant l'économie nationale, c'est également une mention rassu-

rante pour bénéficier d'une norme NF et d'un service après-vente de qualité. Le fabricant, lui, y gagne la possibilité de modifier rapidement un nouveau produit en fonction des retours terrain. Christian Petisne, directeur des ventes de Fenotek, énumère les multiples motivations de la jeune entreprise française, qui conçoit des interphones vidéo connectés : « Nous pensons que dans un domaine où il y a beaucoup de produits asiatiques de qualité moyenne, le Made in France serait un atout pour la commercialisation, et c'est bien le cas, dans le BtoC notamment, où les enseignes sont à la recherche d'éléments différenciants. C'est une image qu'elles essaient de booster. De notre côté, notre produit a été conçu de façon à être intégré assez facilement, la part de la main d'œuvre est donc relativement réduite. C'est un produit technologique en début de vie, nous voulions également être sûrs d'en maîtriser la qualité et d'être proches de la fabrication. Ce sont des éléments clés pour nous et c'est la démarche la plus sensée. » Quant aux installateurs qui misent sur la solution Fenotek, eux aussi ont tout à y gagner. « Lorsqu'on leur dit que c'est fabriqué en France, poursuit Christian Petisne, ils apprécient la qualité et le fait que l'assistance client soit assurée sur place. Les personnes de notre assistance répondent, en effet, rapidement à plus de 80 % des questions. Mais si la demande devient très technique, les équipes de développement sont juste à côté, donc c'est un fonctionnement idéal. »

L'Ébénoid, filiale d'ABB et fabricant de luminaires et d'accessoires d'éclairage, y ajoute un autre avantage pour l'entreprise : être réactif pour mieux s'adapter. Le bureau d'études de L'Ébénoid qui conçoit les luminaires se trouve à Saint-Priest, tout près de Lyon, et l'un des deux sites de production est basé à Vernosc-lès-Annonay, en Ardèche. Le dernier né des hublots de la marque a d'ailleurs été baptisé Vernosc, en hommage à la ville où il est fabriqué. « C'est une démarche historique chez L'Ébénoid, confie

ROGER LECLERC, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE COGELEC ET INTRATONE



© DR

+ 17%
**DE CROISSANCE
SUR 1 AN**

Pour Roger Leclerc, président-directeur général de Cogelec et Intratone, est fabricant français de matériel d'interphonie et de contrôle d'accès pour les immeubles collectifs et les maisons individuelles basé en Vendée, à Mortagne-sur-Sèvre. « Fabriquer en France est synonyme de réactivité et de proximité avec nos clients. Cogelec est le seul fabricant 100 % français de produits d'interphonie et de contrôle d'accès. Nous développons des liens durables avec nos clients, fondés sur la disponibilité et la réactivité, un service personnalisé d'assistance technique et une gamme de produits fiables et novateurs. Et ce n'est pas un vain mot puisque notre objectif d'ici

2021 est de tripler le chiffre d'affaires pour atteindre 90 M€ en entrant en bourse cet été », précise Roger Leclerc. Parmi les premières mondiales d'Intratone, on compte l'interphone VISIO 3G en 2009, et le premier module de communication 3G-IP 100 % vidéo en 2015. Notre entreprise emploie 170 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 30 millions d'euros.



© Fenotek



© Fenotek

le chef de produits Fabien Vezolle, les produits à forte valeur ajoutée et les produits automatisés sont fabriqués en France. L'un des principaux avantages est de pouvoir s'adapter à la demande. En tant qu'acteur majeur dans le domaine de l'éclairage professionnel, on est, bien sûr, sur des produits de volume. Mais on est aussi capable de vendre quasiment à l'unité en fonction des besoins de réassort d'un client. »

Tous gardent pourtant la tête sur les épaules et le disent franchement : produire en France n'est pas envisageable pour tous les produits. Quand le client achète « des prix », impossible de rivaliser avec l'étranger. Philippe Bonduelle, président de Decelect, le résume ainsi : « En France, les clients professionnels, notamment les grands groupes, regardent quand même le prix d'abord, il n'y a pas un état d'esprit comme en Allemagne... » Pour s'adapter à la mondialisation tout en conservant sa réactivité, Decelect s'appuie donc sur des usines à Soissons, Besançon, mais aussi en Tunisie et Chine. « Une production en France permet de conserver le savoir-faire, analyse Philippe Bonduelle, et une usine française est une vitrine quand les clients nous rendent visite. Se doter de moyens de production à l'extérieur nous permet d'adresser des marchés de plus gros volumes, à faible coût. Aujourd'hui, on peut donc répondre à des appels d'offres sur de petits volumes fabriqués en France et livrés rapidement, jusqu'au grand volume, avec la même qualité, les mêmes matériaux... Toutes les mises au point de nouveaux produits sont cependant réalisées en France, et on ne transfère en Tunisie ou en Chine que s'il y a beaucoup de main d'œuvre. Sinon, de plus en plus, on fabrique en France, en particulier les séries de quelques centaines de pièces. » Pour



© Stanley

Stanley, « cette stratégie de relocalisation est un succès et a permis une réelle évolution commerciale ces dernières années », estime Martial Devaux, directeur de l'usine de Besançon. D'ailleurs, lors du salon Batimat une série d'outils collector bleu-blanc-rouge a même été dévoilée.

On le voit, sans forcément faire la démarche d'être labellisées, les entreprises agissent par conviction. Loin d'être purement marketing, les motivations des partisans du Made in France répondent à des logiques de production, de recherche d'excellence sur des réalisations parfois hautement technologiques, de suivi des produits et de services rendus aux clients. Sans oublier ce sentiment que tous expriment avec retenue : un attachement personnel à la fabrication française. Une fierté.



© Stanley

QUELQUES ENTREPRISES QUI PRODUISENT EN FRANCE

Airélec

L'entreprise du groupe Muller fabrique dans l'Oise des radiateurs électriques, chauffe-serviettes, sèche-mains, sèche-cheveux, etc.

Airwell

Climatiseurs et pompes à chaleur pour le résidentiel, le tertiaire et l'industrie. 2 usines en Normandie et Charentes-Maritimes et en Chine, Italie et Israël.

Aldes

Matériel d'aération. 4 sites industriels en France, en Alsace, en Île-de-France et dans le Rhône.

Atlantic

Radiateurs électriques, chauffe-eau, sèche-serviettes, climatisations... 10 sites industriels en France et des usines à l'étranger, notamment en Égypte et en Ukraine. Regroupe notamment les marques Atlantic, Thermor, et Sauter.

CIAT

Climatiseurs, pompes à chaleur pour l'industrie et les particuliers. 5 sites de production en France (Ain, Alpes-Maritimes, Orne, Savoie) et quatre à l'étranger (Chine, Espagne, Inde et Italie).

Campa

Groupe Muller. Radiateurs électriques et autres chauffe-serviettes en Marne (51).

Deltadore

Leader européen dans le domaine du confort et des économies d'énergie. 1 usine à Bonnemain (35)

Facom

Outillage. Les pinces sont fabriquées dans le Doubs (25).

Lifebox

Détecteurs et avertisseurs autonomes de fumée. 2 sites dans l'Aisne (02) et Seine-Maritime (76).

Label France Origine Garantie en 2014.

Noiro

Groupe Muller. Radiateur électrique, sèche-serviette, sèche-mains. 1 site à Laon (02).

Photowatt

Modules photovoltaïques à base de silicium. 1 site à Bourgoin-Jallieu (38).

Rothelec

Chauffages (solaires notamment) et de radiateurs électriques. Eschbach (67). Label Origine France Garantie.

Silec Cable

Câbles à fibres optiques à Montereau-Fault-Yonne en Seine-et-Marne (77).

Stanley Black & Decker

Outillage. 3 sites de production à Arbois - Jura (39), Besançon et Laisey - Doubs (25).

THE WORLD OF HOSPITALITY

Hotels, Bars & Restaurants

HOME ABOUT PRODUCT DIRECTORY NEWSLETTER » MAGAZINE » ADVERTISE WITH US » CONTACT US SUBSCRIBE



MELJAC OFFERS ARCHITECTS, DECORATORS, ELECTRICIANS AND PRIVATE INDIVIDUALS A LARGE RANGE OF OPTIONS

Created in 1995 by André Bousquet, the company designs high-quality electrical equipment using the finest materials as brass, glass, Limoges porcelain, semi-precious stones... Inspired by the lifestyle of the 1930s, symbolised by the drop-shaped toggle switch, he designed a product with impeccable aesthetic qualities. Today, this innovation remains the company's strength.

With about 10 collections, MELJAC offers architects, decorators, electricians and private individuals a large range of options: switches, sockets, table lamps, reading lights, thermostats, home automation systems etc. Meljac adapts its products with the different foreign power sockets. The plate sizes change according to the country and back boxes.

The brand is also renowned for its made-to-measure creations.

Besides designing new ranges, the E&D teams also study all requests for custom-made products.

Several mechanisms, equipment combinations, casings, customization...

With very specific knowledge of the hospitality sector, MELJAC can meet the most specific needs with products tailored to each special requirement.

Conventional switches and home automation systems, reading lamps, bells, thermostats, HVAC controls, card readers, but also door plates with engravings of room numbers and other indoor signages.

MELJAC now installs sophisticated multimedia systems as mediaHub TeleAdapt. Hotel guests can choose all kind of connectors, USB, USB2, HDMI, Bluetooth, remote activation...

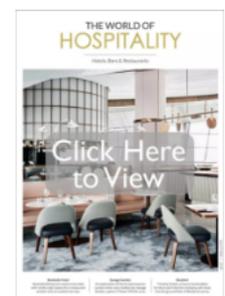
Its innovation and working methods are at the heart of its development, guaranteeing an optimum quality. Handcrafted in our workshops located in France, the MELJAC products are the result of several skills applied to: engineering, machining, engraving, chamfering, insert installation, stamping, polishing, plate and screws surface treatment (baths and rinses), brushing, coating, assembly and packaging of the product

The brand is sold in 60 countries, and has 40 authorized dealers in France and 23 abroad.



Search

LATEST ISSUE



Please Click The Cover Above To View The Latest Issue
[Low Res PDF >>](#)



GLOBAL NEWS

- ▶ Live from HEDNA Lisbon: Top experts share practical advice for hoteliers
- ▶ Mitigating Spa and Wellness Investment Risks | By Mia A. Mackman
- ▶ HVS Hotel Cost Estimating Guide
- ▶ The Annual HVS Asia-Pacific Hotel Operator Guide 2018 - Event

Some references: the Palace of Versailles, the Louvre Museum, the Horta Museum in Brussels, the Four Seasons Hotel George V, the Meurice, the Royal Monceau, the Royal Mansour and the Mandarin Oriental in Marrakech, the Intercontinental in Geneva, the Danieli Hotel in Venice...

All products are 'Origine France Garantie' labeled. MELJAC is the first company in its business sector to obtain the EPV label (Living Heritage Company).

M E L J A C

www.meljac.com

Resellers :

www.smc-meljac.co.uk

www.ideaworks.co.uk



Traduction

MELJAC OFFRE AUX ARCHITECTES, DÉCORATEURS, ÉLECTRICIENS ET PARTICULIERS UNE GRAND CHOIX D'OPTIONS

Créée en 1995 par André Bousquet, la société conçoit des équipements électriques de haute qualité en utilisant les meilleurs matériaux comme le laiton, le verre, la porcelaine de Limoges, les pierres semi-précieuses ... Inspiré par le style de vie des années 30, il a conçu un produit aux qualités esthétiques impeccables. Aujourd'hui, cette innovation reste la force de l'entreprise.

Avec une dizaine de collections, MELJAC propose aux architectes, décorateurs, électriciens et particuliers une large gamme de produits : interrupteurs, prises de courant, lampes de table, liseuses, thermostats, systèmes domotiques, etc. Meljac adapte ses produits aux différentes prises de courant étrangères. Les dimensions des plaques changent en fonction des pays et des boîtiers d'encastrement.

La marque est également renommée pour ses créations sur-mesure.

Outre la conception de nouvelles gammes, les équipes R & D étudient également toutes les demandes de produits sur mesure.

Plusieurs mécanismes, combinaisons d'équipements, boîtiers, personnalisation ...

Avec une connaissance très spécifique du secteur de l'hôtellerie, MELJAC peut répondre aux besoins les plus spécifiques avec des produits adaptés à chaque exigence particulière.

Interrupteurs et systèmes domotiques, lampes de lecture, sonnettes, thermostats, commandes de climatisation, lecteurs de cartes, mais aussi plaques de porte avec gravures de numéros de chambre et autres signalétiques intérieures.

MELJAC installe maintenant des systèmes multimédia sophistiqués comme mediaHub TeleAdapt. Les clients de l'hôtel peuvent choisir tous les types de connecteurs, USB, USB2, HDMI, Bluetooth, activation à distance ...

Son innovation et ses méthodes de travail sont au cœur de son développement, et garantissent une qualité optimale. Fabriqués artisanalement dans nos ateliers situés en France, les produits MELJAC sont le résultat de plusieurs compétences appliquées à: l'ingénierie, l'usinage, la gravure, le chanfreinage, l'insertion, l'estampage, le polissage, le traitement de surface des plaques et des vis, le brossage, assemblage et emballage du produit

La marque est vendue dans 60 pays et compte 40 distributeurs agréés en France et 23 à l'étranger.

Quelques références: le château de Versailles, le musée du Louvre, le musée Horta à Bruxelles, l'hôtel Four Seasons George V, le Meurice, le Royal Monceau, le Royal Mansour et le Mandarin Oriental à Marrakech, l'Intercontinental à Genève, l'Hôtel Danieli à Venise ...

Tous les produits sont étiquetés 'Origine France Garantie'. MELJAC est la première entreprise de son secteur à obtenir le label EPV (Living Heritage Company).



INFOS

- > Réception TV
- > Distribution TV & réseaux
- > Sécurité électronique
- > Intégration Audio/Vidéo
- > Domotique & Smart Home

KIOSQUE

- > Abonnements
- > Vente au numéro

Net2 Entry Moniteur Premium

Dernière évolution dans notre gamme vidéophonie

Élégant.
Intelligent.
Sécurisé.

Meljac appuie sur l'accélérateur

29 juin 2018 | [Domotique & Smart Home](#) | [Infos](#) | [Intégration Audio/Vidéo](#) | [Non classé](#) | [Smart Building](#) | [Smart Home](#) | [SMART HOME / DOMOTIQUE](#) | [Sans commentaires](#)



Le spécialiste français de l'interrupteur luxueux ambitionne un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros d'ici à trois ans, en misant sur l'international, l'hôtellerie et l'innovation.

Réputé pour ses interrupteurs haut de gamme fabriqués en France, l'entreprise Meljac

dresse un bilan positif de l'année 2017, malgré le fait que son chiffre d'affaires, annoncé à 7,4 millions d'euros, soit en très légère baisse comparé à celui de l'année précédente (7,6 millions). Le dynamisme des commandes lors du premier semestre 2018, en hausse de 15%, incite cependant à l'optimisme. Objectif fixé dans les trois ans : atteindre un chiffre d'affaire de 10 millions d'euros.

Pour parvenir à ses fins, Meljac adopte une stratégie reposant sur trois piliers, dont le développement à l'international pour commencer. Présente aux Etats-Unis depuis 2013 via un réseau de revendeurs, l'entreprise française prévoit d'y ouvrir une filiale cette année. Ce marché est considéré comme «stratégique». Un poste de responsable commercial a par ailleurs été créé en début d'année, occupé par Ridwan Panchbhaya.

L'hôtellerie, un gros moteur

Meljac compte d'autre part sur le marché de l'hôtellerie pour soutenir sa croissance, celui-ci représentant aujourd'hui 40% de ses revenus, et participera pour la troisième fois au salon EquipHotel, à l'automne. Enfin, l'investissement dans l'innovation, à hauteur de 5 % du CA, se poursuit. Par exemple, Meljac élabore conjointement avec JM Wilmotte une nouvelle collection d'interrupteurs cannelés, dont le lancement devrait avoir lieu fin 2018. La domotique devrait bénéficier d'un traitement particulier, avec la possibilité, d'ici à trois ans, d'adapter tous les interrupteurs Meljac aux systèmes domotiques très basse tension.

Ces ambitions requièrent de nouvelles ressources, dont un tour à commande numérique, d'une valeur de 200 000 €, et des effectifs supplémentaires, en progression de 10 %. A cet effet, l'usine de production a subi d'importants travaux de réaménagement. www.meljac.fr

Rédaction : Frédéric Monflier

ABONNEZ-VOUS



Grand Circuit
Intégrateurs Électriciens

6 conférences, 6 villes, 6 dates

"L'impact des courants faibles et de la sécurisation des réseaux"

Inscription gratuite

LYON
29>31 MAI

BORDEAUX
02>04 OCT

ENTREPRISES, COMMERCE, ESPACES PUBLICS...
ORGANISER LA SÉCURITÉ

ORGANISER LA SÉCURITÉ
AU QUOTIDIEN

Préventica
SÉCURITÉ/SÛRETÉ

CONFÉRENCES / EXPOSITION / EXPERTS / ATELIERS DÉMOS



CHROFI et McGregor Coxall : Maitland Riverlink

Dans le but de redynamiser la petite commune de Maitland (Australie) et de renforcer son lien avec la rivière Hunter, l'agence d'architecture CHROFI, associée aux paysagistes de McGregor Coxall, imagine une structure en bois orientée sur le cours de l'eau, dans une partie de la ville laissée à l'abandon. À la fois lieu de passage, de contemplation et de rencontre doté d'un restaurant et...



SUP Atelier : Village Lounge

Redonner vie à une cour en ruine ? Un défi relevé par l'atelier SUP dans le village de Shangcun (Chine), où un préau composé d'une série de trois arches délimite un espace public aux multiples usages. Une intervention minimale et délicate visant à dynamiser cette petite commune de l'Empire du Milieu.



Dominique Perrault Architecte : Tribune Paris Longchamp

Adieu l'hippodrome de Longchamp, bonjour le ParisLongchamp ! Après deux ans de travaux, la piste de course de chevaux emblématique de la capitale fait peau neuve, offrant ainsi à ses usagers une expérience nouvelle dans une structure aérienne signée Dominique Perrault Architecte.



A + I : AltSchool

En plein cœur de la Grosse Pomme, l'agence américaine A + I (Architecture + Information) livre une nouvelle antenne d'AltSchool, une start-up éducative visant à répondre aux besoins individuels des élèves. Une école 2.0 aux couleurs pop, axant ses cours sur les nouvelles technologies, que les concepteurs qualifient de « ludique, mais pas enfantine ».



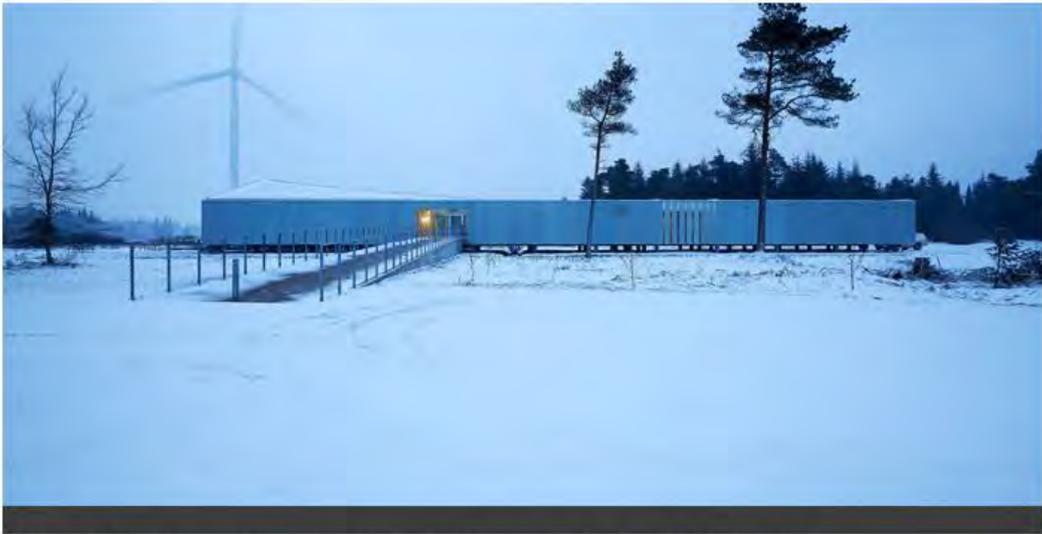
Événement : Together! La nouvelle architecture communautaire

« Together! La nouvelle architecture communautaire », acte 2. Après le Vitra Museum de Weil am Rhein (Allemagne), c'est au tour du CID, Centre d'innovation et de design du Grand-Hornu (Belgique), d'accueillir cette exposition montée par les architectes et historiens Ilka et Andreas Ruby et l'agence d'architecture allemande EM2N. Une expérience immersive dans le logement communautaire d'hier...



Monoloko Design : Galaxy Bar & Bottle Shop

Qui pourrait se douter qu'un immeuble néo-classique en plein cœur de Moscou (Russie) dissimule en réalité une œuvre au design contemporain ? En hommage à l'idéologie et aux réalisations de l'artiste local Kazimir Malevitch, le studio Monoloko Design imagine le Galaxy Bar et le Bottle Shop, un seul et même espace monochrome, structuré et lumineux.



Cubo Arkitekter : Centre national d'essais éoliens d'Østerild

Au nord-est du centre-ville d'Østerild dans la périphérie boisée de Thisted (Danemark) un centre national d'essais éoliens destiné au public a ouvert ses portes. Considéré comme le « leader mondial de la décarbonisation » par l'Agence internationale de l'énergie, le Danemark bénéficie désormais d'un projet intégrant un volet touristique à un site industriel et scientifique. Une...





Orchestra Max | DICKSON CONSTANT

Orchestra MAX, la toile imperméable de qualité professionnelle. En tant que professionnel, vous faites un usage intensif de votre store. En façade ou sur votre terrasse, c'est une partie importante de l'identité de votre commerce. Vous avez donc besoin d'une toile avec une haute résistance à la pollution et aux conditions météorologiques toujours changeantes. La toile Orchestra Max est...



Sunworker Cristal | DICKSON CONSTANT

Sunworker Cristal, la toile de protection solaire imperméable et translucide. Produit d'un tissu Sunworker et d'une fine membrane translucide, la toile de protection solaire Sunworker Cristal combine la luminosité d'une toile ajourée à l'imperméabilité, la résistance à la déchirure et la facilité d'entretien d'un matériau composite. Conçue pour la protection solaire des particuliers...

Recevoir les documentations



Lava | MURASPEC BUFLON

Inspiré d'une technique de design qui consiste à mélanger l'huile et l'eau, Lava est imprimé sur un support métallisé et texturé qui lui donne son éclat et sa modernité. La palette de couleurs se compose de marron sur support argenté, blanc sur doré ou bleu pétrole, cuivré... Lava dépoussière le revêtement vinyle en le rendant spectaculaire.



Sur-Mesure | MELJAC

Avec une expérience très pointue dans le domaine de l'hôtellerie, Meljac peut répondre aux besoins les plus spécifiques avec des produits adaptés à chaque particularité.



17-05-2018

m — cafés hôtels restaurants



Tara : Miramonti Boutique Hotel

Situé à 1230 mètres d'altitude, le Miramonti Boutique Hotel domine la Chaîne des Dolomites (Italie). Il offre à ses résidents des vues exceptionnelles sur le paysage pittoresque alentour, dans une enveloppe unique à la fois contemporaine et vernaculaire, tournée sur la vedette de la région : la montagne.



Tayone Design Studio : Tropical Forest

Décidément, c'est une véritable « vague verte » qui s'empare des projets de restauration à Hanoi (Vietnam) ! Après le An'garden Café de Le House, où décor luxuriant s'accorde avec une structure industrielle, c'est au tour du bistrot Tropical Forest, de l'agence locale Tayone Design Studio, de pousser le concept encore plus loin dans un lieu imaginé comme une serre lumineuse...



HAO Design : Bite to Eat

Se sentir au restaurant comme chez des amis ? Tel était l'objectif d'HAO Design pour la conception de l'établissement Bite to Eat à Taipei City (Taiwan). Inspiré de la culture italienne, l'ensemble associe toutes les envies en un lieu : manger à table, pique-niquer ou camper, ici, chacun y trouve son compte !



Le House : An'garden Café

Bangkok a eu ses jardins suspendus, Hanoi (Vietnam) a son An'garden Café. Au coeur d'un ancien site industriel de 750 mètres carrés, la nature semble en effet avoir repris ses droits. Le long d'une structure en acier apparente, la végétation grouille et investit tout le restaurant, invitant les clients à déguster leurs mets dans une ambiance silencieuse entre forêt tropicale et décor...



Arkqlab of Architecture : Black Drop Coffee Shop

Arkqlab of Architecture : Black Drop Coffee Shop

À Kavala (Grèce), les jeunes designers du studio local ark-qlab of Architecture réalisent l'aménagement d'un café traversant et sinueux du centre-ville. Entre béton brut et plaques de cuivre, le lieu nous plonge dans une atmosphère industrielle et chaleureuse.



Lucas y Hernández Gil : Casaplata

Inspirée des natures mortes de l'artiste Giorgio Morandi, la nouvelle réalisation du studio Lucas y Hernández Gil, située en plein coeur de Séville (Espagne), associe décor industriel brut et mobilier pop et coloré. Un rendu futuriste qui valorise la cuisine simple et discrète proposée dans ce restaurant.





SÉLECTION PRODUITS



Orchestra Max | DICKSON CONSTANT

Orchestra MAX, la toile imperméable de qualité professionnelle. En tant que professionnel, vous faites un usage intensif de votre store. En façade ou sur votre terrasse, c'est une partie importante de l'identité de votre commerce. Vous avez donc besoin d'une toile avec une haute résistance à la pollution et aux conditions météorologiques toujours changeantes. La toile Orchestra Max est...



Sunworker Cristal | DICKSON CONSTANT

Sunworker Cristal, la toile de protection solaire imperméable et translucide. Produit d'un tissu Sunworker et d'une fine membrane translucide, la toile de protection solaire Sunworker Cristal combine la luminosité d'une toile ajourée à l'imperméabilité, la résistance à la déchirure et la facilité d'entretien d'un matériau composite. Conçue pour la protection solaire des particuliers...

Recevoir les documentations



Lava | MURASPEC BUFION

Inspiré d'une technique de design qui consiste à mélanger l'huile et l'eau, Lava est imprimé sur un support métallisé et texturé qui lui donne son éclat et sa modernité. La palette de couleurs se compose de marron sur support argenté, blanc sur doré ou bleu pétrole, cuivré... Lava dépoussière le revêtement vinyle en le rendant spectaculaire.



Sur-Mesure | MELIAC

Avec une expérience très pointue dans le domaine de l'hôtellerie, Meliac peut répondre aux besoins les plus spécifiques avec des produits adaptés à chaque particularité.



Petit plus électrique pour effet qui claque



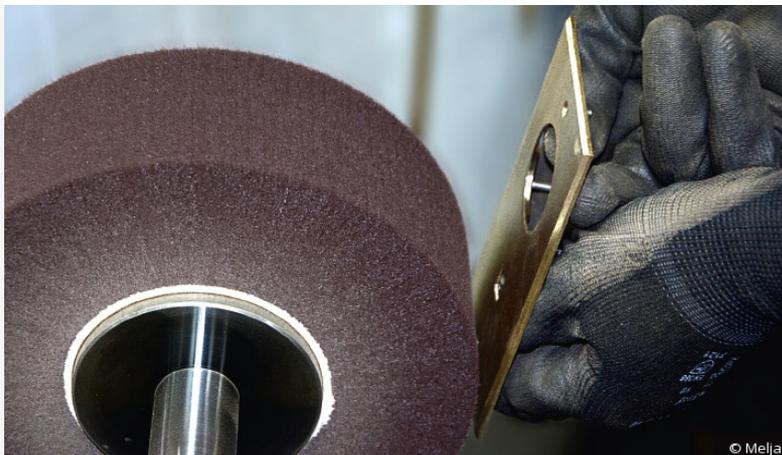
Le traumatisme Cloclo

"J'ai démarré comme bon à rien, mauvais en tout..." André Bousquet annonce la couleur. L'électricité, il l'appréhende dans l'entreprise de son frère, sent rapidement qu'il a plus envie d'être dirigeant que dirigé. Son ambition prend forme, ses convictions aussi. Il croise de jeunes architectes et décorateurs en vogue – Jean-Michel Wilmotte, Philippe Starck – qui le sensibilisent au Beau. "Dans les années 80, les prises électriques étaient en plastique ou en bakélite. Le métal avait mauvaise presse, tout le monde étant encore traumatisé par la mort de Claude François !" André Bousquet persiste – "les prises doivent devenir esthétiques" –, signe – elles seront en laiton – et s'attelle au lancement de son entreprise. **Meljac**, du nom de son village natal en Aveyron, naît en 1995.



Une créativité sans limite

Si le laiton est roi chez **Meljac** – déclinable en vingt-six teintes grâce aux bains d'électrolyse – et offre des finitions particulièrement raffinées et épurées, d'autres matériaux sont venus agrémenter la gamme au fil du temps. "Alu, cuivre, verre, pierres semi-précieuses, cuir, peinture porcelaine de Limoges, gravure personnalisée... Quasiment tout est fait dans notre atelier car nous maîtrisons l'ensemble de la chaîne de production depuis que nous avons racheté l'un de nos sous-traitants, en 2009, qui s'occupait des traitements de surface", indique André Bousquet.

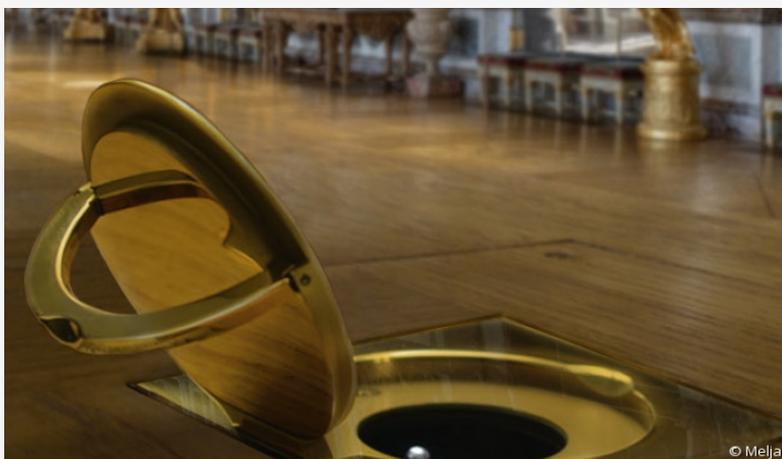


30 à 40 interventions par pièce

L'entreprise compte aujourd'hui 65 salariés, dont quarante entièrement dédiés à la fabrication. Usinage, gravure, chanfreinage, polissage, brossage... "Trente à quarante interventions sont nécessaires sur une pièce", indique le dirigeant, qui continue à étoffer sa gamme (interrupteurs, prises de courant, systèmes domotiques, liseuses...)

et à dessiner des modèles surprenants, inspirés par l'art de vivre des années 30. "Grâce à des technologies de pointe et

à notre savoir-faire artisanal, nous n'avons aucune limite et une vraie propension à faire du sur-mesure. Nous consacrons aussi 5 % du chiffre d'affaires au R&D."



Les interrupteurs qu'Hollywood s'arrache

Ce mariage subtil d'esthétique et de technologie fait un effet bœuf dans le microcosme des architectes et designers de renom avec lesquels l'entreprise travaille régulièrement. Et se taille une place de choix chez les grands de ce monde qui effleurent du bout des doigts tous les jours les créations maison. "Brad Pitt, Georges Clooney, Tom Cruise, le PDG d'Arcelor Mittal, le Louvre, le château de Versailles, la Fondation Louis Vuitton..." André Bousquet égraine le nom de ses clients sans sourciller. Leur de fierté apparente tout de même lorsqu'il cite Jonathan Ive, "le designer d'Apple qui a dessiné l'iPhone".



Le monde comme zone de chalandise

Le bouche-à-oreille a, certes, contribué au succès de **Meljac** mais André Bousquet a toujours misé sur une stratégie de communication offensive. "J'ai fait appel à une attachée de presse dès nos débuts. Il ne faut pas sous-estimer l'effet d'un article, surtout dans les magazines de décoration !", affirme André Bousquet. Entamant une expansion à l'international dès le lancement de l'entreprise, les produits maison sont aujourd'hui distribués dans 70 pays "grâce à des revendeurs sensibilisés à la marque et à nos valeurs". L'export représente 35 % du chiffre d'affaires alors que **Meljac** commence à peine à s'attaquer au marché américain et au Moyen-Orient !

Facebook : maisonmeljac

Dates-clés

1995 : Création de l'entreprise

1998-2005 : Lancement puis développement de l'atelier de fabrication, recrutements, investissements

2009 : Rachat de l'atelier de traitement de surface Bettencourt

2010 : Construction d'une usine sur mesure de 2 300 m²

2012 : Obtention du label OFG (Origine France Garantie)

2015 : Création d'un poste de directeur général afin de structurer la direction de l'entreprise et de préparer l'avenir. Obtention du label EPV (Entreprise du patrimoine vivant).

2018 : Projet de construction d'une nouvelle usine d'environ 1000 m² pour anticiper la croissance de l'entreprise. Maintenir le chiffre d'affaires (qui a atteint 7,40 M€ en 2017) et viser une croissance à deux chiffres.

Mars-avril 2018 • 1,50 €

CRÉER, ENTREPRENDRE ET RÉUSSIR DANS LES MÉTIERS

LE MONDE
DES

Artisans

SUIVEZ-NOUS : WWW.LEMONDEDESARTISANS.FR   



ORGANISATION

Chefs d'entreprise, vous n'êtes pas seuls !

PAGE
28

Bimestriel n°123

VISITE D'ENTREPRISE : CHAMPIONS, LES ARTISANS | P. 14



ÉVÈNEMENT

Prix Stars & Métiers :
qui sera l'Artisan
de l'année 2018 ? P. 04

DROIT DE SUITE

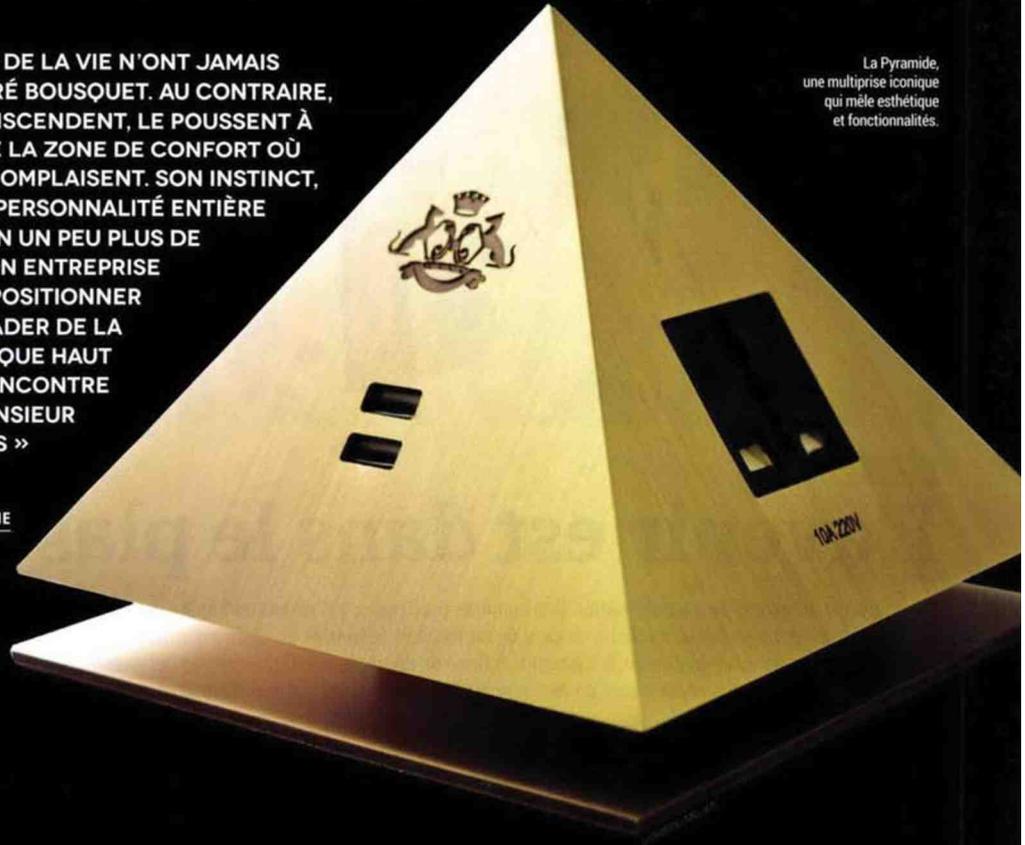
Infraction routière :
la difficulté de dénoncer
le conducteur P. 12

P

RESTIGE

LES ÉPREUVES DE LA VIE N'ONT JAMAIS EFFRAYÉ ANDRÉ BOUSQUET. AU CONTRAIRE, ELLES LE TRANSCENDENT, LE POUSSENT À S'EXTRAIRE DE LA ZONE DE CONFORT OÙ D'AUTRES SE COMPLAINENT. SON INSTINCT, SA VISION, SA PERSONNALITÉ ENTIÈRE ONT AMENÉ, EN UN PEU PLUS DE VINGT ANS, SON ENTREPRISE MELJAC À SE POSITIONNER COMME LE LEADER DE LA PRISE ÉLECTRIQUE HAUT DE GAMME. RENCONTRE AVEC LE « MONSIEUR 100 000 VOLTS » DE LA DÉCO...

JULIE CLESSIENNE



La Pyramide, une multiprise iconique qui mêle esthétique et fonctionnalités.

42



ANDRÉ BOUSQUET – FABRICANT DE PRISES ÉLECTRIQUES HAUT-DE-GAMME

Les interrupteurs prennent beaucoup de place dans une maison. Quand on y pense, on ne voit plus que ça, d'où l'intérêt qu'ils soient beaux !



LE TRAUMATISME CLOCCLO

« J'ai démarré comme bon à rien, mauvais en tout... » André Bousquet annonce la couleur. L'électricité, il l'appréhende dans l'entreprise de son frère, sent rapidement qu'il a plus envie d'être dirigeant que dirigé. Son ambition prend forme, ses convictions aussi. Il croise de jeunes architectes et décorateurs en vogue – Jean-Michel Wilmotte, Philippe Starck – qui le sensibilisent au Beau. « Dans les années 80, les prises électriques étaient en plastique ou en bakélite. Le métal avait mauvaise presse, tout le monde étant encore traumatisé par la mort de Claude François ! » André Bousquet persiste – « les prises doivent devenir esthétiques » –, signe – elles seront en laiton – et s'attelle au lancement de son entreprise. Meljac, du nom de son village natal en Aveyron, naît en 1995.

UNE CRÉATIVITÉ SANS LIMITE

Si le laiton est roi chez Meljac – déclinable en vingt-six teintes grâce aux bains d'électrolyse – et offre des finitions particulièrement raffinées et épurées, d'autres matériaux sont venus agrémenter la gamme au fil du temps. « Alu, cuivre, verre, pierres semi-précieuses, cuir, peinture porcelaine de Limoges, gravure personnalisée... Quasiment tout est fait dans notre atelier car nous maîtrisons l'ensemble de la chaîne de production depuis que nous avons racheté l'un de nos sous-traitants, en 2009, qui s'occupait des traitements de surface », indique André Bousquet.

PETIT PLUS ÉLECTRIQUE *pour effet qui claque*

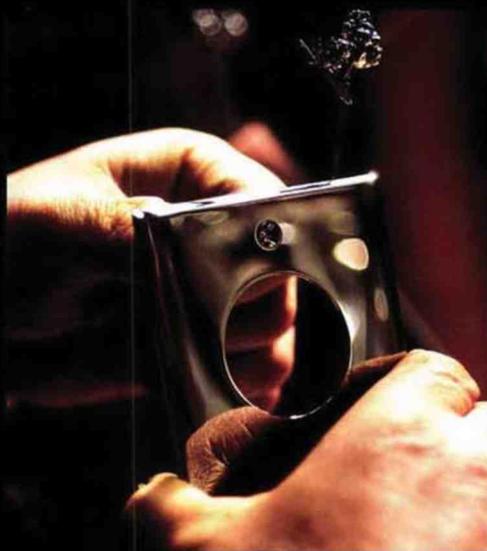
30 À 40 INTERVENTIONS PAR PIÈCE

L'entreprise compte aujourd'hui 65 salariés, dont quarante entièrement dévoués à la fabrication. Usinage, gravure, chanfreinage, polissage, brossage... « Trente à quarante interventions sont nécessaires sur une pièce », indique le dirigeant, qui continue à étoffer sa gamme (interrupteurs, prises de courant, systèmes domotiques, liseuses...) et à dessiner des modèles surprenants, inspirés par l'art de vivre des années 30. « Grâce à des technologies de pointe et à notre savoir-faire artisanal, nous n'avons aucune limite et une vraie propension à faire du sur-mesure. Nous consacrons aussi 5 % du chiffre d'affaires au R&D. »



LES INTERRUPTEURS QU'HOLLYWOOD S'ARRACHE

Ce mariage subtil d'esthétique et de technologie fait un effet bœuf dans le microcosme des architectes et designers de renom avec lesquels l'entreprise travaille régulièrement. Et se taille une place de choix chez les grands de ce monde qui effleurent du bout des doigts tous les jours les créations maison. « Brad Pitt, Georges Clooney, Tom Cruise, le PDG d'Arcelor Mittal, le Louvre, le château de Versailles, la Fondation Louis Vuitton... » André Bousquet égraine le nom de ses clients sans sourciller. Lueur de fierté apparente tout de même lorsqu'il cite Jonathan Ive, « le designer d'Apple qui a dessiné l'iPhone ».



LE MONDE COMME ZONE DE CHALANDISE

Le bouche-à-oreille a, certes, contribué au succès de Meljac mais André Bousquet a toujours misé sur une stratégie de communication offensive. « J'ai fait appel à une attachée de presse dès nos débuts. Il ne faut pas sous-estimer l'effet d'un article, surtout dans les magazines de décoration ! », affirme André Bousquet. Entamant une expansion à l'international dès le lancement de l'entreprise, les produits maison sont aujourd'hui distribués dans 70 pays « grâce à des revendeurs sensibilisés à la marque et à nos valeurs ». L'export représente 35 % du chiffre d'affaires alors que Meljac commence à peine à s'attaquer au marché américain et au Moyen-Orient !

1995

Création de l'entreprise

1998-2005

Lancement puis développement de l'atelier de fabrication, recrutements, investissements

2009

Rachat de l'atelier de traitement de surface Bettencourt

2010

Construction d'une usine sur mesure de 2 300 m²

2012

Obtention du label OFG (Origine France Garantie)

2015

Création d'un poste de directeur général afin de structurer la direction de l'entreprise et de préparer l'avenir. Obtention du label EPV (Entreprise du patrimoine vivant).

2018

Projet de construction d'une nouvelle usine d'environ 1 000 m² pour anticiper la croissance de l'entreprise. Maintenir le chiffre d'affaires (qui a atteint 7,40 M€ en 2017) et viser une croissance à deux chiffres.



www.meljac.com

Le père frappe la directrice de la maternelle

N° 22848 — SAMEDI 17 FÉVRIER 2018

1,50 €

Le Parisien

RECORDS DE RÉSERVATIONS DE LA NEIGE POUR TOUS !

Beaucoup de neige dans le Jura ou les Vosges, et voilà des hôteliers satisfaits et des vacanciers qui profitent de tarifs très attractifs.
PAGES 2 ET 3

HÉRITAGE
DE JOHNNY

Le clan Laura et David contre-attaque

PAGE 27

Automobile P. 6

Peugeot met un point
final aux moteurs diesels

Insolite P. 9

Gros lot ou anonymat, le
dilemme d'une gagnante

PSG P. 17

Thiago Silva, le retour
d'un capitaine menacé

M MAISON

Votre rendez-vous
du samedi P. 13 ET 14

Pour allumer la lumière,
osez le design !



AUDIOVISUEL

Son âge, ses projets, son image... Michel Drucker nous dit tout P.29

N° 5937 — SAMEDI 17 FÉVRIER 2018

1,20 €

Aujourd'hui en France

RECORDS DE RÉSERVATIONS DE LA NEIGE POUR TOUS!

Beaucoup de neige dans le Jura ou les Vosges, et voilà des hôteliers satisfaits et des vacanciers qui profitent de tarifs très attractifs.
PAGES 2 ET 3



HÉRITAGE DE JOHNNY



Le clan Laura et David contre-attaque

PAGE 27

Automobile P.6
Peugeot met un point final aux moteurs diesels

Insolite P.9
Gros lot ou anonymat, le dilemme d'une gagnante

PSG P.17
Thiago Silva, le retour d'un capitaine menacé

M
MAISON

Votre rendez-vous du samedi P.15 ET 16

Pour allumer la lumière, osez le design !



M 00123 - 271 - F - 1,20 €

70201 8964/17

M MAISON

L'électricité, c'est carrément chic

Dernier maillon de la construction, l'appareillage électrique a des envies d'esthétique très inspirées des années Art déco.

PAR SÉBASTIEN SIRAUDEAU

4 741 €, C'EST LE PRIX de l'excellence et... de l'extravagance. Celui d'un interrupteur-bijou en forme de papillon en bronze serti de labradorite, réalisé sur mesure dans les ateliers de Meljac.

Classé entreprise du patrimoine vivant, Meljac a été créé il y a vingt-cinq ans par un électricien passionné, André Bousquet. Dans un marché alors dominé par le plastique (pour une question d'isolation), l'entrepreneur choisit de revisiter l'utilisation du métal, précisément du laiton, inspiré par le style Art déco. La signature de l'entreprise, c'est la forme spéciale en goutte d'eau du petit levier qui actionne en va-et-vient l'interrupteur, associée à une grande variété de finitions. « Nous occupons un marché de niche » souligne Jean-Pierre Lagarde,

1. Cet interrupteur-bijou en forme de papillon en bronze serti de labradorite a été réalisé sur mesure dans les ateliers de Meljac.

2. Le « tumbler » mis au point au temps d'Edison à la fin du XIX^e siècle



directeur général de l'entreprise, souvent sollicitée pour sa capacité à réaliser des produits personnalisés, comme pour nombre d'hôtels de prestige, du Ritz au Meurice. Pour autant, les particuliers aussi s'autorisent l'achat d'un Meljac (à partir de 90 €) pour le salon voire la cuisine, où la déco apprécie le détail.

DES INTERRUPTEURS MODERNES OU RÉTRO-DÉCO

A raison d'une soixantaine de prises et interrupteurs présents en moyenne dans une maison, le budget est un critère de choix nécessaire. Même si le « blanc » d'entrée de gamme se consomme toujours par lots dans les grandes surfaces de bricolage, les envies de déco ont changé la donne dans les années 2000. Préparant aujourd'hui la sortie d'une nouvelle gamme accessible, marquant le retour des formes rondes (attendue pour le

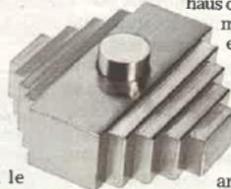


7. Fontini propose une diversité de fabrications.

6. Une prise Legrand, le leader du marché.

3. L'interrupteur Realitem, un fabricant français et éthique.

4. Une sonnette Meljac inspiré par le style Art déco.



printemps), le leader du marché. Legrand, donne le la en 2006 avec sa collection Céline dont les plaques modulables déclinent de multiples combinaisons. Chez l'ancien porcelainier devenu multinationale (son siège est toujours implanté à Limoges), l'aspect, la couleur et surtout le toucher – en ce moment la demande est au mat et au poudré – répondent aux attentes des utilisateurs qui peuvent actionner un interrupteur jusqu'à une centaine de fois dans la même journée. Tandis que Legrand se concentre sur la modernité et l'innovation – prises affleurantes, maison connectée (*lire ci-dessous*) –, de petites marques se sont nichées sur le marché de l'interrupteur « rétro-déco ». Directement inspirés des appareillages des années 1920, de l'interrupteur au fil torsadé, des produits de la marque belge Zangra sont ainsi apparus en 2008 à l'initiative d'un couple



5. Un interrupteur Meljac avec la forme spéciale en goutte d'eau du petit levier qui actionne en va-et-vient l'interrupteur.



8. La ligne multicolore et minimale Le Corbusier du fabricant allemand Jung.

d'architectes qui désespéraient de ne pas trouver de modèles en porcelaine et en bakélite pour la rénovation d'un vieux hôtel des Ardennes. Chez le grossiste parisien l'Heure industrielle, une ribambelle de marques choisies (Fontini, THPG...) montrent la diversité des fabrications. Rotatifs ou à bascule, à bouton en robinet ou en goutte, en saillie ou à encastrer, les modèles s'inspirent autant du traditionnel « tumbler » mis au point au temps d'Edison à la fin du XIX^e siècle que de modèles Bauhaus ou modernistes, comme la ligne multicolore et minimale Le Corbusier du fabricant allemand Jung.

Valentine Simon, qui a repris le magasin créé par son grand-père dans les années 1950, s'est piquée de curiosité pour l'inventivité et l'esthétique des appareillages, dénichant ainsi en France un fabricant poétique et éthique (Realitem) et projetant aussi de constituer un petit musée de l'interrupteur ancien. On pourra d'ores et déjà en chiner d'authentiques aux puces de Saint-Ouen (Seine-Saint-Denis), dans la boutique éclectique Tombées du camion, toute dédiée à l'électrique.

Adresses utiles

Meljac.com, Meljac, showroom 3, rue de la Procession, Paris (XV^e).
Legrand.fr, Legrand, showroom Le Lab By Legrand 38, rue du Bac Paris (VII^e).
Zangra.com
Heure-industrielle.com L'Heure industrielle, 16, rue de Madrid, Paris (VIII^e).
Tombéesduc camion.com Puces de Saint-Ouen (93), marché Vernaison, stand 107, allée 3.

MAISON CONNECTÉE

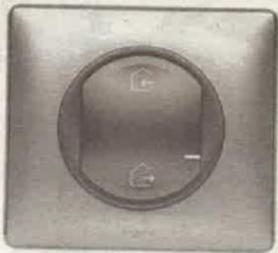
LA MULTIPRISE DE JEAN-MICHEL WILMOTTE

Le travail de la forme et les finitions du laiton sont les spécialités de Meljac. Comme un exercice de style, Patelier conçoit une première multiprise à poser (la Calypso parallélépipédique) puis un modèle en forme de pyramide aux arêtes saillantes, sans soudure visible. Chaque multiprise est personnalisable, de l'esthétique jusqu'au choix de la connectique et des appareillages : prises de courant, USB, RJ45, interrupteurs, écran de contrôle, etc. La Z (photo) est la dernière-née de des multiprises, réalisée d'après le dessin architectural de Jean-Michel Wilmotte.



LA NOUVELLE GÉNÉRATION DOMOTIQUE

Chez Legrand, l'événement, c'est la commercialisation en ce début d'année de la collection Céline with Netatmo (photo). En collaboration avec la start-up multiprimée qui a lancé sa première station météo connectée en 2012, Legrand a mis au point un système de pilotage sans fil du réseau de prises et interrupteurs.



Via une application et un système ouvert aux technologies actuelles et émergentes

– compatibles avec les systèmes Apple, Alexa d'Amazon ou Google Home –, il est possible de commander tout son réseau selon des paramètres personnalisables (à associer à la commande de l'éclairage, des fermetures, du chauffage...). Le système fonctionne également avec la reconnaissance vocale. L'installation se fait en neuf et en rénovation.



La multiprise Pyramide de Meljac.

Décoration : l'électricité, c'est carrément chic

🏠 > Vie Quotidienne > Maison Pratique | Sébastien Siraudeau | 17 février 2018, 11h47 | [f](#) [t](#) [o](#)



Cet interrupteur-bijou en forme de papillon en bronze serti de labradorite a été réalisé sur mesure dans les ateliers de Meljac.

Dernier maillon de la construction, l'appareillage électrique a des envies d'esthétique très inspirées des années Art déco.

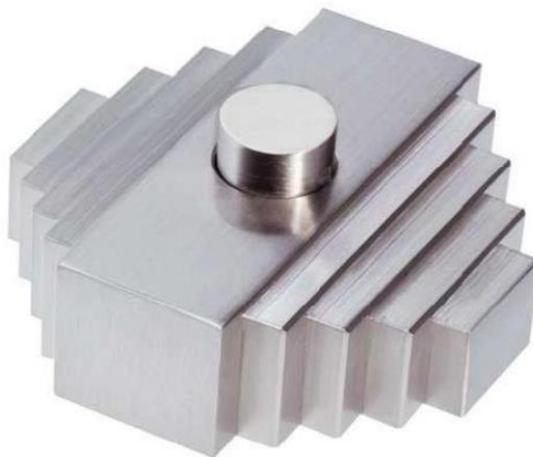
4741 euros, c'est le prix de l'excellence et... de l'extravagance. Celui d'un interrupteur-bijou en forme de papillon en bronze serti de labradorite, réalisé sur mesure pour une chambre de petite fille des Emirats dans les ateliers de Meljac.

Classé entreprise du patrimoine vivant, Meljac a été créé il y a vingt-cinq ans par un électricien passionné, André Bousquet. Dans un marché alors dominé par le plastique (pour une question d'isolation), l'entrepreneur choisit de revisiter l'utilisation du métal, précisément du laiton, inspiré par le style Art déco. La signature de l'entreprise, c'est la forme spéciale en goutte d'eau du petit levier qui actionne en va-et-vient l'interrupteur, associée à une grande variété de finitions.



Un interrupteur Meljac avec la forme spéciale en goutte d'eau du petit levier qui actionne en va-et-vient l'interrupteur

«Nous occupons un marché de niche» souligne Jean-Pierre Lagarde, directeur général de l'entreprise, souvent sollicitée pour sa capacité à réaliser des produits personnalisés, comme pour nombre d'hôtels de prestige, du Ritz au Meurice. Pour autant, les particuliers aussi s'autorisent l'achat d'un Meljac (à partir de 90 euros) pour le salon voire la cuisine, où la déco apprécie le détail.



Une sonnette Meljac inspiré par le style Art déco.

Des interrupteurs modernes ou rétro-déco

A raison d'une soixantaine de prises et interrupteurs présents en moyenne dans une maison, le budget est un critère de choix nécessaire. Même si le «blanc» d'entrée de gamme se consomme toujours par lots dans les grandes surfaces de bricolage, les envies de déco ont changé la donne dans les années 2000. Préparant aujourd'hui la sortie d'une nouvelle gamme accessible, marquant le retour des formes rondes (attendue pour le printemps), le leader du marché, Legrand, donne le la en 2006 avec sa collection Céliane dont les plaques modulables déclinent de multiples combinaisons.

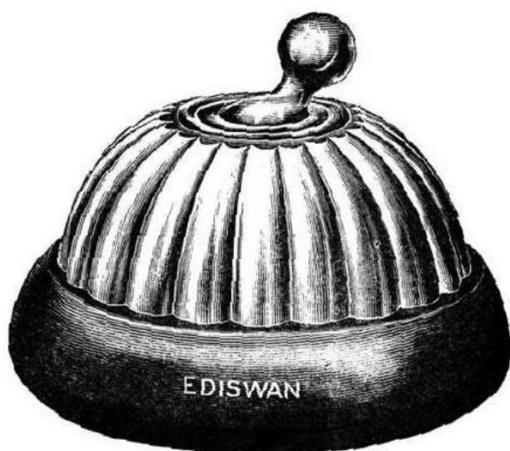


Chez l'ancien porcelainier devenu multinationale (son siège est toujours implanté à Limoges), l'aspect, la couleur et surtout le toucher — en ce moment la demande est au mat et au poudré — répondent aux attentes des utilisateurs qui peuvent actionner un interrupteur jusqu'à une centaine de fois dans la même journée. Tandis que Legrand se concentre sur la modernité et l'innovation — prises affleurantes, maison connectée —, de petites marques se sont nichées sur le marché de l'interrupteur «rétro-déco».



Fontini propose une diversité de fabrications

Directement inspirés des appareillages des années 1920, de l'interrupteur au fil torsadé, les produits de la marque belge Zangra sont ainsi apparus en 2008 à l'initiative d'un couple d'architectes qui désespérait de ne pas trouver de modèles en porcelaine et en bakélite pour la rénovation d'un vieil hôtel des Ardennes. Chez le grossiste parisien L'Heure industrielle, une ribambelle de marques choisies (Fontini, THPG...) montrent la diversité des fabrications. Rotatifs ou à bascule, à bouton en robinet ou en goutte, en saillie ou à encastrer, les modèles s'inspirent autant du traditionnel «tumbler» mis au point au temps d'Edison à la fin du XIX^e siècle que de modèles Bauhaus ou modernistes, comme la ligne multicolore et minimale Le Corbusier du fabricant allemand Jung.



Le «Tumbler» mis au point au temps d'Edison à la fin du XIX^e siècle

Valentine Simon, qui a repris le magasin créé par son grand-père dans les années 1950, s'est piquée de curiosité pour l'inventivité et l'esthétique des appareillages, dénichant ainsi en France un fabricant poétique et éthique (Realitem) et projetant aussi de constituer un petit musée de l'interrupteur ancien. On pourra d'ores et déjà en chiner d'authentiques aux puces de Saint-Ouen (Seine-Saint-Denis), dans la boutique éclectique Tombées du camion, toute dédiée à l'électrique.



L'interrupteur Realitem, un fabricant français et éthique.

Adresses utiles

Meljac.com, Meljac, showroom 3, rue de la Procession, Paris (XV^e).

Legrand.fr, Legrand, showroom Le Lab By Legrand 38, rue du Bac Paris (VII^e).

Zangra.com

Heure-industrielle.com L'Heure industrielle, 16, rue de Madrid, Paris (VIII^e).

Tombeesducamion.com Puces de Saint-Ouen (93), marché Vernaison, stand 107, allée 3.



MELJAC / LA SIGNATURE FRANÇAISE DES COMMANDES ÉLECTRIQUES

Catégorie parente: EQUIPER
Catégorie: Equipement électrique
Publication: 13 février 2018



Créée en 1995 par André BOUSQUET, l'entreprise conçoit des appareillages électriques de luxe à partir de matériaux nobles.

Au cœur de son développement, l'innovation et les méthodes de travail garantissant une qualité optimale lui ont permis d'exporter ses produits et de devenir leader sur son marché. La marque est vendue dans 60 pays, présente chez 40 revendeurs agréés en France et 23 à l'étranger.

A

vec une dizaine de collections, MELJAC offre aux architectes, décorateurs... un large éventail de solutions : interrupteurs, prises de courant, lampes à poser, liseuses, thermostats, systèmes domotiques... Elle a également sa réputation au travers de réalisations sur-mesure. Son nouveau guide, publié en octobre 2017, sur la thématique des interrupteurs en



est un véritable symbole.

MELJAC est une référence dans l'équipement d'établissements prestigieux. (Château de Versailles, Musée du Louvre, le Meurice, le Royal Monceau, le Royal Mansour et le Mandarin Oriental à Marrakech, l'Intercontinental de Genève, l'hôtel Danieli à Venise...)

Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), **MELJAC** développe également des produits contemporains à l'image de son tableau de commande «Z», se présentant sous la forme d'un socle multiprise en laiton, entièrement personnalisable, pour que tradition rime avec nouvelles technologies. Les produits **MELJAC** disposent du label Origine France Garantie. La société **MELJAC** est dépositaire du label EPV "Entreprise du Patrimoine Vivant" depuis 2015.

www.meljac.com





RIGINES[©]

ARCHI / INNOVATION

#19

SOLUTIONS INNOVANTES POUR L'AMÉNAGEMENT INTÉRIEUR



ESPRIT CONTEMPORAIN / FONTAINE PARIS

Nul doute que ce bouton de porte fera sensation dans votre prochain aménagement résidentiel ou hôtelier. Conçu et fabriqué en France, dans les ateliers de la plus ancienne manufacture de béquilles et poignées de porte, cette collection redonne sens à l'extraordinaire savoir-faire des maîtres bronziers, ciseleurs, polisseurs... aptes à confectionner, produire ou réinterpréter tous les styles, à la mesure de votre projet. La maison Fontaine, dont le showroom historique est implanté au 190 rue de Rivoli, est très appréciée pour son impressionnante collection de style, couvrant les différents courants stylistiques. (Renaissance, Louis XIV, Louis XV, Louis XVI, Empire, Art Nouveau, Art Déco) Dépositaire des plus grands noms du design, comme Puiforcat, Prou ou encore Ruhlmann, elle est également capable de dépoussiérer les lignes en proposant des créations plus contemporaines, grâce aux hommes & femmes perpétuant cette tradition d'un artisanat made in France.

Ce bouton de porte en forme de bâton cranté, sous référence BT6001F, proposé dans une finition cuivrée rosée en est un digne exemple, afin de répondre à une commande spécifique. Cette ligne comprend également un bouton de condamnation cranté doté d'un pied circulaire, créant ainsi un ensemble homogène plein d'élégance. Béquilles et boutons de placard, en différentes dimensions complètent cette ligne.

Ici, le «fait à façon» prend tout son sens, afin de proposer des produits d'excellente facture, permettant de signer avec élégance, toutes commandes de porte, de placard ou de fenêtre. Fontaine Paris poursuit cette tradition d'une personnalisation ultime, toujours à l'écoute de votre projet d'agencement, en réponse à un style, une époque...

www.decofontaine-paris.com



MELJAC / LA SIGNATURE DES COMMANDES ÉLECTRIQUES

Créée en 1995 par André BOUSQUET, l'entreprise conçoit des appareillages électriques de luxe à partir de matériaux nobles. Au cœur de son développement, l'innovation et les méthodes de travail garantissant une qualité optimale lui ont permis d'exporter ses produits et de devenir leader sur son marché. La marque est vendue dans 60 pays, présente chez 40 revendeurs agréés en France et 23 à l'étranger.

Avec une dizaine de collections, MELJAC offre aux architectes, décorateurs... un large éventail de solutions : interrupteurs, prises de courant, lampes à poser, liseuses, thermostats, systèmes domotiques... Elle a également sa réputation au travers de réalisations sur-mesure. Son nouveau guide, publié en octobre 2017, sur la thématique des interrupteurs en est un véritable symbole.

MELJAC est une référence dans l'équipement d'établissements prestigieux. (Château de Versailles, Musée du Louvre, le Meurice, le Royal Monceau, le Royal Mansour et le Mandarin Oriental à Marrakech, l'Intercontinental de Genève, l'hôtel Danieli à Venise...) Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), MELJAC développe également des produits contemporains à l'image de son tableau de commande «Z», se présentant sous la forme d'un socle multiprise en laiton, entièrement personnalisable, pour que tradition rime avec nouvelles technologies. Les produits MELJAC disposent du label Origine France Garantie.

www.meljac.com

M.M. source-a-id-2017*

Art&Décoration

N°529 / JANVIER-FÉVRIER 2018

Secrets DE SALON

LES BONS DUOS CANAPÉS & TABLES BASSES

DIX IDÉES
POUR
RÉUSSIR
SON
ENTRÉE



LEÇON
DE DÉCO
JOUZ
LES GRIS

VRAI
OU FAUX,
L'EFFET
LAMBRIS



24
TAPIS
COMME DES
TABLEAUX

FLAINE, AVORIAZ, LES ARCS...
LE TOP DES STATIONS VINTAGE

M 05505 - 529 - F: 4,60 € - RD



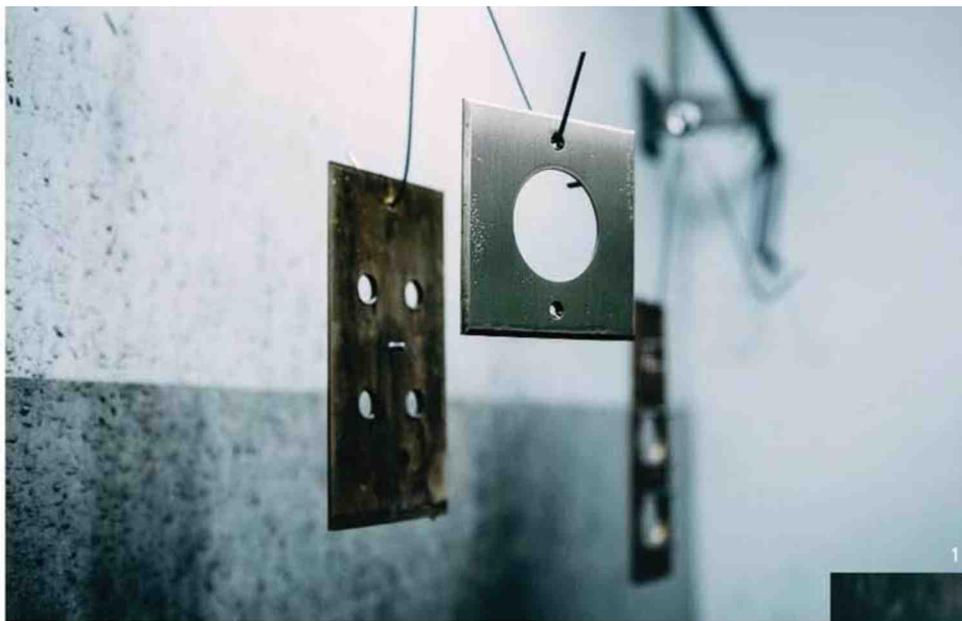
SAVOIR-FAIRE

MELJAC ENTRE INNOVATION ET ARTISANAT

Le fabricant français d'interrupteurs haut de gamme Meljac, labellisé Entreprise du Patrimoine Vivant, nous a ouvert les portes de son usine du Val-de-Mame.

TEXTE PASCALE THUILLANT PHOTOS CLAUDE WEBER

Inspiré par les années 1930 et devenu intemporel, l'interrupteur « goutte d'eau » est l'un des modèles emblématiques de la marque Meljac.



1. Certaines patines sont obtenues en plongeant les plaques dans des bains d'acide. Une opération qui se joue à la seconde près !

2. Le soin apporté aux finitions des plaques passe par le polissage manuel, à l'eau et au sable de Fontainebleau.

3. Ensemble de plaques de laiton brut prêtes à être façonnées dans l'atelier. Il faudra environ une quinzaine d'opérations pour arriver au produit fini.



Construite en 2010 dans la zone industrielle de Villeneuve-le-Roi, l'usine Meljac est ultra-moderne, mais elle affiche d'emblée la place de l'homme, avec son petit parking bordé d'arbres fruitiers et son jardin planté de pieds de vigne aux noms de chacun des employés de la maison. L'homme est au centre de l'activité de l'entreprise, fondée par André Bousquet en 1995, et spécialisée dans les interrupteurs haut de gamme en laiton, prises de courant, sonnettes, thermostats, habillages de systèmes électroniques et domotiques qui font la réputation de l'entreprise. Étudiés ou conçus dans le bureau d'études installé sur place, leur fabrication résulte d'une succession d'étapes minutieuses réalisées à l'aide d'outillages de précision et de machines numériques de pointe pour découper les plaques de laiton brut, les percer, les graver à la demande afin de les personnaliser ou apporter une information supplémentaire, chanfreiner les côtés, insérer les vis. C'est ensuite manuellement, de manière artisanale, que l'on procède au traitement et au polissage des surfaces, ainsi qu'au montage des boîtiers électriques, un par un. Ce savoir-faire est mis au service d'un design épuré qui a commencé par

puiser son inspiration dans les produits des années 1930 – tel le fameux interrupteur à levier « goutte d'eau », et n'a de cesse de se tourner vers l'innovation contemporaine, comme en témoignent le dernier interrupteur sans contact, la multiprise pyramidale, ou celle en « Z » élaborée avec le cabinet d'architecture Wilmotte. Forte de son succès, Meljac totalise aujourd'hui neuf collections qui, outre le laiton massif, se déclinent en verre, en porcelaine de Limoges et suprême luxe, en pierres semi-précieuses. Elles sont complétées par des liseuses, spots et lampes à ...



SAVOIR-FAIRE

La marque multiplie les références prestigieuses.

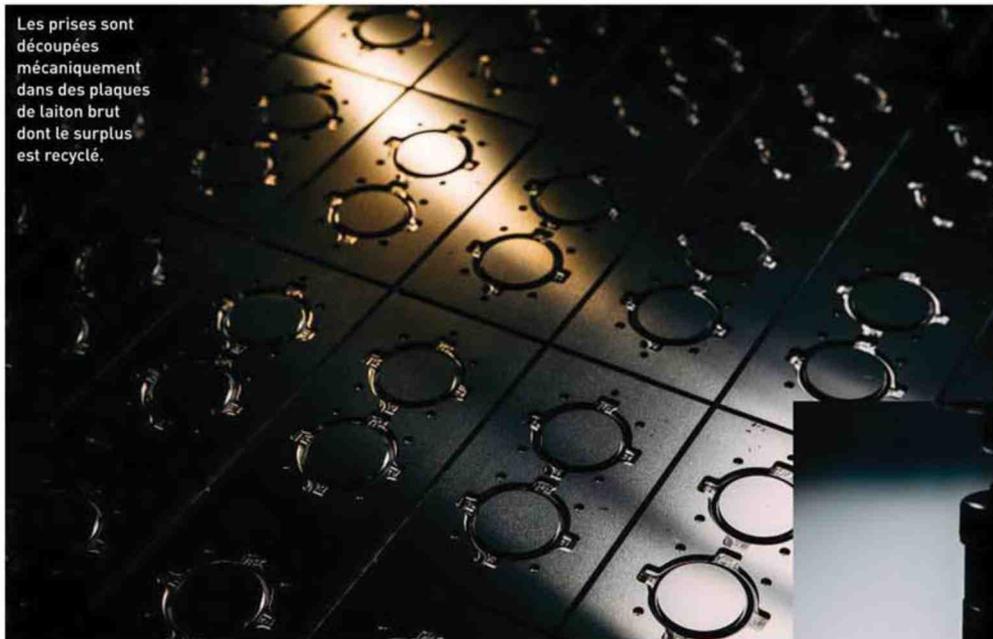
... poser, ainsi que des produits sur mesure qui représentent 35% de l'activité de l'entreprise. La richesse de cette offre et les méthodes de production qui garantissent la qualité optimale des réalisations Meljac continuent à faire le succès de la marque. Plébiscitée par les

architectes et les décorateurs, mais aussi par les particuliers, elle se développe à l'international et multiplie les références prestigieuses, à l'image du château de Versailles, du musée du Louvre et de nombreux hôtels de luxe et palaces à travers le monde. ■



1. Interrupteur en laiton (un bouton-poussoir et un va-et-vient), finition bronze médaille clair, sans vis apparentes, L 80 x l. 80 x ép. 3 mm, collection Classique.

Les prises sont découpées mécaniquement dans des plaques de laiton brut dont le surplus est recyclé.



2. Usinage d'une prise de sol dans un bloc de laiton de 10 mm d'épaisseur.



QU'EST-CE QUE LE LABEL EPV ?

Lancé en 2006, le label « Entreprise du Patrimoine Vivant » (EPV) est une marque de reconnaissance de l'État qui distingue les entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence. Selon l'article 23 de la loi en faveur des PME d'août 2005, le label peut être attribué à « toute entreprise qui détient un patrimoine économique, composé en particulier d'un savoir-faire rare, renommé ou ancestral, reposant sur la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité et circonscrit à un territoire ». À ce jour, 1 377 entreprises ont été distinguées, chacune dans son secteur d'activité. Elles constituent une référence et, comme 80% d'entre elles réalisent une partie de leur chiffre d'affaires à l'international, elles représentent une vitrine du fameux « Made in France ». Capables de mener des travaux uniques et des chantiers d'exception, ces entreprises ont souvent affaire à des clients très exigeants à la recherche de solutions et prestations sur mesure.

MELJAC, siège et showroom,
3, rue de la Procession, 75015 Paris.
Tél. : 01 40 61 08 43 et www.meljac.com

Home FASHION NEWS #028

janv. - mars 2018



*Le goût de l'excellence !**

ACTUALITÉS
TENDANCES
DOSSIERS SPÉCIAUX
NOUVEAUX PRODUITS
INTERVIEWS & REPORTAGES
INNOVATIONS & SAVOIR-FAIRE



Member of the ZWILLING Group 

Arts de la table | Culinaire | Blanc & Brun | Décoration & Cadeaux | Senteurs | Ameublement | Textile | Luminaire | Outdoor

Le magazine des professionnels de l'univers maison



► 1 janvier 2018 - N°28



17



18



19



20



21

français », c'est Expliseat qui fabrique les sièges d'avion les plus légers du monde, qui a remporté les suffrages.

18 / TROPHÉE DE LA NUIT DE LA DÉCO – Patrick Drouin de L'Atelier Baroque (35) a remporté le Trophée la Nuit de La Déco pour l'inauguration de sa nouvelle boutique. Dominique Dugué, de Secrets d'Intérieur (78) et Delphine Mathieu, de Trait d'Union Concept Store, (83) montent elles sur la 2^e et la 3^e marche du podium.



19 / SOMM'IT – Gérard Basset (Meilleur sommelier du monde 2010 et Master of Wines) et Grégory Castelli (Master Sup Agro décerné par l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin et école de commerce californienne) ont développé une application numérique permettant la gestion des vins d'un restaurant, mais également de toutes les autres boissons. Cette plate-forme – unique aujourd'hui – gère la partie pratique (stock, création de carte dynamique) et la partie conseil aux consommateurs. Elle permet d'établir une carte de vins dynamique soit sur tablette, soit sur l'application directement (téléchargeable gratuitement), soit sur les caisses connectées (obligatoire depuis le 1^{er} janvier 2018), soit en version papier. Le vin est un levier fort de bénéfices, mais on ne compte qu'un sommelier pour 500 restaurants. Aussi, *Summ'it* propose des conseils et des descriptifs des vins, permet au client final de noter la qualité de la carte et le restaurant et de choisir un lieu en fonction de la carte des vins. Le restaurateur accède à des informations souvent essentielles, comme les prix pratiqués sur ses vins dans la région. Encouragée par des levées de fonds très favorables et des investisseurs prestigieux, la *start-up* espère bien une expansion à l'international.



20 / ORIGINE FRANCE GARANTIE – Le label Origine France garantie a été étendu aux collections Pierrot (verre) et Limoges (porcelaine) de Meliac, leader des interrupteurs de haute qualité, après les gammes en laiton qui l'ont reçu depuis 2012 ; le label distingue une fabrication qui utilise autant un outillage de haute précision que l'irremplaçable main de l'homme. Voir notre article page 70.

21 / ENTREPRISE DU PATRIMOINE VIVANT (EPV) – Le prestigieux label **Entreprise du patrimoine vivant** a été attribué aux sociétés Peugeot Saveurs (voir article p.30) et à la société Volpon. Fondée en 1946 à Saint-Fons (69), Volpon est un spécialiste de l'ébénisterie sur mesure et haut de gamme. L'instruction, rigoureuse, a ainsi reconnu à l'entreprise artisanale une parfaite maîtrise du métier, sa longue histoire, la transmission de savoir-faire rares et la valorisation du *made in France*. Renouvelable tous les cinq ans, le label qui reconnaît l'exception du savoir-faire des entreprises labellisées apporte quelques avantages : incitations fiscales, financement ou aide à l'export. Moins de 1 500 entreprises peuvent aujourd'hui s'en prévaloir comme par exemple Claude Dozorme, Cristel, De Buyer, Emile Henry, La Rochère et Pillivuyt.

22 / LIMOGES : INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE (IGP) – Romain Soubeyran, directeur général de l'INPI, a remis officiellement en décembre à la ville de Limoges le diplôme reconnaissant l'identité protégée de la porcelaine de Limoges. Après le « siège de Liffol » en décembre 2016 et le « granit de Bretagne » en janvier 2017, c'est au tour de la « porcelaine de Limoges » d'être homologuée. Attendue depuis longtemps, la mise en place de l'Indication Géographique « porcelaine de Limoges » rassemble la profession au sein de « l'association pour l'Indication Géographique

PÉCIAL PLACEMENTS

Remontée des taux, élections, fiscalité... **Nos conseils** p.62

Le news de l'économie

Challenge^s

www.challenges.fr

L'argent

DE LA CAMPAGNE p.16





lions d'euros. Mais ce n'est pas ici que nous attendons la plus grosse croissance. A l'international, où nos valeurs de qualité et d'élégance à la française s'exportent très bien, notre croissance atteint 40%. Déjà présents en Europe, nous allons nous déployer en Asie et aux Etats-Unis.

Qu'est-ce qui rend vos interrupteurs luxueux ?

Nos matériaux nobles, comme le laiton massif. Ensuite notre polissage à la main et notre traitement de la surface qui rend à la plaque une couleur inégale. Enfin, notre travail sur le contact, le bruit.

Pourquoi produire en France ?

Le bénéfice n'est pas au cœur du projet d'André Bousquet, qui s'inscrit vraiment dans l'humain. Quand il m'a recruté, il connaissait mieux ses salariés que son bilan financier ! Il a envie de créer de belles choses avec eux, et il est attaché à ses racines. Nous investissons 5% du chiffre d'affaires en innovation, et aussi beaucoup dans nos machines de découpe au jet d'eau, d'impression 3D, de gravure laser. Nous avons été rentables en 2016, après une année déficitaire en 2015.

A part le château de Versailles ou le Louvre, qui sont vos clients ?

Les grands hôtels, les hôtels particuliers, les bâtiments de luxe. Mais aussi, les décorateurs et les architectes. Nous lançons en 2017 une ligne avec Jean-Michel Wilmotte qui apprécie nos produits sur mesure. Mais nous touchons aussi un public assez large, sensible à la décoration. Un interrupteur Meljac est vendu à partir de 80 euros. Si vous n'en mettez que quelques-uns dans votre salon, vous ne vous ruinez pas !

Quelle est votre fierté ?

Il n'est pas simple d'obtenir l'adhésion des équipes. J'ai essayé de redonner un rôle à des salariés qui commençaient à être perdus dans cette société qui avait grandi. Je n'ai amené personne, j'ai utilisé les forces de l'entreprise. ■

“Meljac lance une ligne d'appareillages de luxe avec Wilmotte”

Jean-Michel Lagarde, directeur général, a été nommé, en 2015, par le fondateur André Bousquet pour relancer le fabricant d'interrupteurs haut de gamme. Aujourd'hui, il accélère à l'export.

Challenges. Est-ce difficile de devenir directeur d'une entreprise gérée depuis vingt ans par son fondateur ?

Jean-Michel Lagarde. En 2015, André Bousquet a voulu structurer Meljac pour assurer sa progression, et s'est dit : « Je suis passé de zéro à 60 personnes mais j'aurais du mal à aller plus loin tout seul. » C'est une grande clairvoyance ! D'un coup, j'ai dû transformer sans révolutionner. C'est très difficile. J'ai essayé d'amener de la rigueur et du mouvement, sans perdre la souplesse et la réactivité de Meljac, en utilisant mon expérience au sein

La vidéo sur Challenges.fr



Propos recueillis par Claire Bouleau au Victoria 1836

d'entreprises familiales comme Barbara Bui ou Paco Rabanne. Aujourd'hui, nous avons bien remis la machine en marche après deux ans de stagnation.

Comment expliquer ces difficultés ?

En partie à cause de la crise du rouble et de projets d'hôtellerie décalés. Nous sommes passés d'une petite croissance à une petite stagnation, ce qui change tout pour une PME ! En 2016, tout est rentré dans l'ordre, le chiffre d'affaires a augmenté de 17% à 7,5 millions d'euros. Meljac est leader en France, avec 40% du marché de l'appareillage électrique de luxe, évalué à 12 mil-

Un partenariat

CHIVAS BROTHERS LTD
POUR L'ENTREPRENEURIAT



PRÉSIDENTIELLE CLASSEMENT DES STAGES CLUB ENTREPRENEURS LES CLÉS DE DEMAIN VIDÉOS



CHALLENGES > CLUB ENTREPRENEURS

Club Entrepreneurs

Meljac: les secrets du succès du spécialiste des interrupteurs de luxe

Le 30.03.2017 à 17h05

Jean-Michel Lagarde, directeur général, a été nommé, en 2015, par le fondateur André Bousquet pour relancer le fabricant d'interrupteurs haut de gamme. Aujourd'hui, il accélère à l'export. Il est l'invité du Club Entrepreneurs Challenges-Chivas Brothers Ltd.



Jean-Michel Lagarde, directeur général de Meljac
© CHALLENGES

BOURSE > LE 03/04 À 14H27

CAC 40	-0,33%	5105,51
--------	--------	---------

RECHERCHER UNE VALEUR

NEWSLETTER CHALLENGES

Entrez votre E-mail

JE M'ABONNE

Entreprise



Mauvaise journée pour Alain Bellemare

Les dirigeants de Bombardier freinent sur leurs rémunérations

TOUS LES ARTICLES ENTREPRISE >

GALERIES PHOTO





Claire Bouleau

Journaliste



NEWSLETTER

Challenges

Entrez votre E-mail

JE M'ABONNE

Abonnez-vous

À PARTIR DE
1€/MOIS >

Est-ce difficile de devenir directeur d'une entreprise gérée depuis vingt ans par son fondateur?

En 2015, André Bousquet a voulu structurer Meljac pour assurer sa progression, et s'est dit : « Je suis passé de zéro à 60 personnes mais j'aurais du mal à aller plus loin tout seul. » C'est une grande clairvoyance ! D'un coup, j'ai dû transformer sans révolutionner. C'est très difficile. J'ai essayé d'amener de la rigueur et du mouvement, sans perdre la souplesse et la réactivité de Meljac, en utilisant mon expérience au sein d'entreprises familiales comme Barbara Bui ou Paco Rabanne. Aujourd'hui, nous avons bien remis la machine en marche après deux ans de stagnation.

Comment expliquer ces difficultés?

En partie à cause de la crise du rouble et de projets d'hôtellerie décalés. Nous sommes passés d'une petite croissance à une petite stagnation, ce qui change tout pour une PME ! En 2016, tout est rentré dans l'ordre, le chiffre d'affaires a augmenté de 17 % à 7,5 millions d'euros. Meljac est leader en France, avec 40 % du marché de l'appareillage électrique de luxe, évalué à 12 millions d'euros. Mais ce n'est pas ici que nous attendons la plus grosse croissance. A l'international, où nos valeurs de qualité et d'élégance à la française s'exportent très bien, notre croissance atteint 40 %. Déjà présents en Europe, nous allons nous déployer en Asie et aux Etats-Unis.

Qu'est-ce qui rend vos interrupteurs luxueux?

Nos matériaux nobles, comme le laiton massif. Ensuite notre polissage à la main et notre traitement de la surface qui rend à la plaque une couleur inégalée. Enfin, notre travail sur le contact, le bruit.



Top 10 des voitures les plus vendues au monde en 2016

Les dernières galeries photo



VIDÉOS



Meljac, la haute couture de l'interrupteur

Dernières vidéos



Pourquoi produire en France?

Le bénéfice n'est pas au cœur du projet d'André Bousquet, qui s'inscrit vraiment dans l'humain. Quand il m'a recruté, il connaissait mieux ses salariés que son bilan financier ! Il a envie de créer de belles choses avec eux, et il est attaché à ses racines. Nous investissons 5 % du chiffre d'affaires en innovation, et aussi beaucoup dans nos machines de découpe au jet d'eau, d'impression 3D, de gravure laser. Nous avons été rentables en 2016, après une année déficitaire en 2015.

A part le château de Versailles ou le Louvre, qui sont vos clients?

Les grands hôtels, les hôtels particuliers, les bâtiments de luxe. Mais aussi, les décorateurs et les architectes. Nous lançons en 2017 une ligne avec Jean-Michel Wilmotte qui apprécie nos produits sur mesure. Mais nous touchons aussi un public assez large, sensible à la décoration. Un interrupteur Meljac est vendu à partir de 80 euros. Si vous n'en mettez que quelques-uns dans votre salon, vous ne vous ruinez pas !

Quelle est votre fierté?

Il n'est pas simple d'obtenir l'adhésion des équipes. J'ai essayé de redonner un rôle à des salariés qui commençaient à être perdus dans cette société qui avait grandi. Je n'ai amené personne, j'ai utilisé les forces de l'entreprise.

Propos recueillis par Claire Bouleau au Victoria 1836

Salaires : les écarts se creusent en Europe

- Dans plusieurs pays, dont l'Italie, la Grèce ou le Portugal, les salaires sont encore inférieurs à 2009.
- En France, le coût du travail a progressé légèrement plus vite que dans la zone euro l'an dernier.

Les salariés européens, qui avaient largement profité de la première partie de la décennie 2000 ont déchanté à partir de la crise de 2008. Dans sept pays, les revenus ont reculé entre 2009 et 2016, et dans quatorze, dont la France, la croissance du salaire réel a été inférieure à 1 % par an. La Confédération européenne des syndicats (CES), qui a réalisé cette étude comparative avec l'Institut syndical européen, pointe l'impact dépressif de la « dévaluation interne », qui a poussé les gouvernements à faire pression sur les salaires pour redonner à leur économie la compétitivité perdue. La CES déplore que, malgré les discours des institutions européennes

désormais favorables au soutien de la demande intérieure, cette politique soit maintenue. Les derniers chiffres sur l'évolution des coûts du travail publiés lundi par Eurostat montrent que les salaires et les charges ont progressé modérément en 2016, permettant néanmoins une légère hausse du pouvoir d'achat, l'inflation restant basse. Le coût du travail a augmenté de 1,4 % en moyenne dans la zone euro, et de 1,5 % en France. Pour la première fois depuis quatre ans, il a donc progressé un peu plus vite dans l'Hexagone. Les effets du pacte de responsabilité commencent à s'estomper. // PAGE 6 ET L'ÉDITORIAL D'ÉTIENNE LEFEBVRE PAGE 8

Orange, SFR, Bouygues, Free : objectifs relevés pour la fibre

TÉLÉCOMS Les opérateurs multiplient les engagements en termes de déploiement sur le territoire.

C'est le sujet de l'année dans les télécoms. Depuis le mois de janvier, les opérateurs multiplient les annonces et les engagements sur le déploiement de la fibre optique. Ils mettent en avant les investissements dédiés – souvent en hausse – comme autant de garanties apportées au régulateur, aux élus et aux marchés financiers. L'Arcep avait justement tapé du poing sur la table en début d'année, en rappelant que les investissements dans l'Internet très haut débit demeuraient « la priorité absolue » dans le secteur. Lundi, Orange et Bouygues Telecom ont rappelé leur feuille

de route et les avancées réalisées. Pour ce dernier, il s'agit aussi de prouver qu'il investit pour le futur et qu'il a donc toute sa place dans un marché à quatre opérateurs, alors que le spectre de la consolidation rôde toujours. Si le nombre d'abonnés à la fibre progresse lentement, l'usage n'en est pas moins plébiscité par les clients. Dans une étude réalisée par l'Iopf, pour le compte du groupe TDF, cette technologie est très appréciée pour la qualité de la réception TV. Ce qui n'empêche pas la TNT de demeurer le principal mode de réception dans l'Hexagone. // PAGE 22

Présidentielle : un premier débat télévisé musclé



DÉBAT Lors du premier débat entre les principaux candidats à l'élection présidentielle, sur TF1, François Fillon a cherché à se poser en « protecteur » et réformateur. Emmanuel Macron a défendu une « alternance profonde » dépassant les « chivages classiques », quand Marine Le Pen a affiché sans ambiguïté sa posture nationaliste, s'attaquant les foudres de Jean-Luc Mélenchon et Benoît Hamon. Si les candidats ont davantage cherché à défendre leurs projets qu'à attaquer leurs adversaires, des échanges musclés ont eu lieu notamment sur les affaires. // PAGES 2-3

Décarboner l'Europe, c'est possible

Prospective par
Benoît Georges

Le think tank The Shift Project présente ce mardi à Paris son « Manifeste pour décarboner l'Europe » d'ici à 2050. Ce texte, qui appelle les États européens à une stratégie volontariste de réduction des émissions de CO₂, a déjà recueilli plus de 1.500 signatures, dont celles de plusieurs dirigeants de grandes entreprises françaises. En parallèle, le think tank publie une étude détaillée qui estime à environ 3 % du PIB européen les investissements nécessaires pour atteindre cet objectif. // PAGE 11

“

Trump et la presse, les meilleurs ennemis du monde

ENQUÊTE Donald Trump adore les médias, il dévore les journaux et regarde nombre d'émissions de télévision. Mais ses relations avec la presse sont pour le moins tumultueuses. Tweets menaçants, évictions de médias de la Maison-Blanche, mesures de rétorsion... La tension est telle que certains patrons de presse recommandent aux journalistes qui suivent la présidence le même sang-froid que dans les pays totalitaires. Mais ces difficultés sont aussi une chance pour la presse : celle de relancer le travail



Boeing pourrait faire le pari d'un nouvel avion « milieu de gamme »

L'avionneur étudie avec ses clients et ses partenaires un nouvel appareil entre moyen et long-courrier.

Jardaires
Etats-Unis
minent
assement // P. 26

SENTIEL

VEVEMENT À LA SOURCE :
BASE DE TEST CET ÉTÉ
el d'entreprises choisi par
a tester à partir de cet été le
ment à la source. Le déploie-
omplet de la déclaration
nominative est en passe
chévé. // P. 2

DOUBE EN EUROPE EN
LE DU LIBRE-ÉCHANGE
nier ministre japonais sou-
ne conclusion rapide de
l commercial avec l'Union
enne. // P. 7

REPRISES
ARCHÉS

AZON-CHINOIS » VEUT
DE PRODUITS FRANÇAIS
n entretien aux « Echos »,
d Liu, fondateur de JD.com,
ue que le consommateur
se tourne vers la qualité.

IME-UNI : LES EXCUSES
OGLE AUX ANNONCEURS
la polémique déclenchée
évélation de vidéos douteu-
côtés de messages publici-
Google s'est excusé lundi.

VE FISCALE : VERS
OCÈS POUR UBS
ociations ont échoué
a banque et le parquet UBS
liale française risquent
les juges une amende de
rds d'euros. // P. 28

ON : À QUI PROFITENT
BOTS-CONSEILLERS ?
ché américain montre que
ont pas les start-up qui ont
ppé les « robo-advisors »
profitent le plus, mais les
s déjà établis. // P. 29

ET // P. 32

mentation
dorado du
rché des animaux
tiliers // P. 16

es Echos
SUR
inter
NIQUE SEUX
S « L'ÉDITO ÉCO »
45
UNDI AU VENDREDI

104 - 321 - F : 2,50 €
14931
22408
108^e ANNÉE
34 PAGES

OUÏRE-MER — Le ministère de l'Environnement a annoncé la création d'un parc naturel marin en Martinique. Le périmètre proposé est de 47.000 km² autour de l'île. L'Agence française de la biodiversité devrait donner son avis le 21 mars. Il existe déjà 6 parcs naturels marins, dont deux outre-mer, à Mayotte et aux îles Glorieuses.



NORMANDIE — MetalValue va ouvrir fin 2017 une usine à Heudebouville, dans l'Eure, pour fabriquer notamment des pièces mécaniques à partir de poudre d'acier atomisée. Cet investissement, estimé entre 5 et 10 millions d'euros, devrait permettre la création de près d'une cinquantaine d'emplois. Le groupe a fait le choix d'Heudebouville, de

ses clients sera approvisionné en poudre par une autre usine du groupe située à 13 kilomètres, à Pitres, et dont la construction doit commencer. Le groupe créé par d'anciens patrons de la métallurgie comme Jean-Marie Descarpentries (CarnaudMetalbox) disposera d'un ensemble industriel complètement intégré, de la poudre aux pièces en passant par les machines pour les fabriquer.

LUXE

Les rénovations de palaces font les affaires des PME

- Des centaines d'artisans et de PME travaillent sur les grands chantiers de rénovation d'hôtels de luxe.
- Sur la Côte d'Azur, les chantiers fleurissent.

Laurence Albert
@L_Albert

Vendredi 27 janvier, 12 h 30. A quelques mètres du palace Royal Monceau Raffles, le cocktail bar son plein dans le showroom parisien Luxe d'Intérieur. Dans l'ambiance feutrée d'un élégant appartement témoin, les convives échangent tuyaux et cartes de visite entre deux petits fours. Comme tous les mois, une architecte-décoratrice d'intérieur a été invitée à se joindre au groupe. Des professionnels de la rénovation - domoticiens, électriciens, fabricants de radiateurs ou de tapis - bien décidés à unir leurs forces et leurs réseaux pour pénétrer le marché de la rénovation des hôtels de luxe.

Car n'entre pas qui veut dans ce secteur pourtant en pleine expansion. Ces dernières années, les chantiers ont succédé à un rythme frénétique. Ritz, Lutetia, Crillon, Bristol, Plaza Athénée, George V... Tous les grands noms de l'hôtellerie parisienne ont fait peau neuve. Certains établissements ont même - fait rare - fermé leurs portes de longs mois. Un an après le Ritz, le Crillon, propriété d'un prince saoudien, rouvrira ses portes cet été après quatre ans de travaux. Le Lutetia, revu par l'architecte Jean-Michel Wilmotte, sera, lui, opérationnel mi-2017, après trois ans de chantier. Et ce n'est

pas terminé, car, si le cycle des rénovations s'achève à Paris sur fond de tourisme en berne, il démarre sur la Côte d'Azur. Des hôtels verront aussi le jour si Paris gagne les JO de 2024. Un 5 étoiles est prévu sur les Champs-Élysées.

Ces gros chantiers ont rempli le carnet de commandes des PME et des artisans d'art. S'y affairaient - parfois simultanément - des centaines d'entreprises, électriciens, ébénistes, artisans d'art, tailleurs de pierre, fabricants de verrières ou de meubles. Bon nombre de ces hôtels ont en effet trouvé refuge dans des bâtiments classés, aux exigences patrimoniales particulières. Mais là n'est pas la seule raison. « Des centaines d'artisans d'art travaillent pour l'hôtellerie de luxe. Depuis 2011, le recours aux métiers d'art est devenu

un critère indispensable pour obtenir la distinction de "palace", au même titre que la clientèle, l'ancienneté ou les matériaux. Nous y sommes très attentifs et les hôtels sont devenus eux aussi très sensibles à la présence de cet artisanat d'art, à ces objets de qualité qui représentent l'art de vivre à la française », explique Serge Nicole, ancien président d'Ateliers d'art de France, et membre de la commission d'attribution de la distinction « palace ».

Une vitrine de choix

Dans cette course au précieux sésame, certains n'ont pas envie d'essuyer un deuxième refus - la prochaine vague de labellisation est prévue en juin. D'où, notamment, cette vague de travaux. « L'artisan d'art est presque devenu un "critère marketing" pour les professionnels de la décoration. Et, de plus en plus, les hôtels cherchent aussi des fournisseurs locaux, notamment en région », fait aussi valoir Serge Nicole.

Au Ritz, 200 entreprises ont un peu forcé sur ce chantier de 25.000 mètres carrés. Trois ans de travaux et au moins 140 millions d'euros ont été nécessaires pour rénover les chambres, créer un jardin, une terrasse, réintégrer les sous-sols. « Ces chantiers sont complexes et nécessitent une multitude de savoir-faire. Il y a de nombreux artisans

« Ces chantiers sont complexes et nécessitent une multitude de savoir-faire. »

THIERRY AURIAULT
Bouygues Rénovation Privée
Ile-de-France



A l'instar du Bristol (ci-dessus), tous les grands noms de l'hôtellerie parisienne ont engagé des travaux de rénovation ces dernières années. Photo Sordello

d'art, dont le savoir-faire mérite d'être valorisé. Nous essayons de nous adapter à leurs conditions », assure Thierry Aurault, directeur général adjoint rénovation privée de Bouygues Bâtiment Ile-de-France, qui gère les chantiers du Ritz, du Crillon, du Martinez et du Carlton à Cannes. Au Crillon, où 250 sous-traitants de premier rang sont à pied d'œuvre pour rénover la façade et les toitures (100 millions d'euros de travaux), Bouygues Rénovation a « découpé le travail en microchantiers pour se mettre à la portée des artisans d'art ». Clients exigeants, les majors du BTP - ce sont presque toujours elles qui

décrochent ces marchés - et les architectes travaillent très en amont. Pour définir la couleur d'une dorure, l'arrondi d'une ferronnerie, le style d'un bar ou le marbre d'une salle de bains. La réalisation d'un prototype est devenue la règle d'or. Les PME sont sollicitées pour proposer des modèles, participer à la conception. Et tant pis si, au final, elles ne sont pas ou peu choisies, malgré le travail fourni. Parfois, le bureau d'achats, est passé par là : trop cher ! Parfois, l'architecte, ou le client, a changé ses plans. Toutes les PME le confirment : l'hôtellerie représente une vitrine de choix pour ce secteur - qui

peut rarement dévoiler le nom de ses riches clients privés.

Mais travailler pour ce secteur exigeant n'est pas toujours aisé. « Il faut à la fois savoir travailler dans l'urgence et être doté d'une trésorerie solide pour passer certains délais », assure un patron de PME. Sans compter les litiges juridiques. Il arrive que des PME s'effraient. « Nous faisons des efforts particuliers, notamment en termes de trésorerie. Et nous avons un réseau de 600 entreprises partenaires que nous cherchons à promouvoir, et nous envisageons de créer un label », cherche à rassurer Thierry Aurault. ■

Les fauteuils Taillardat peuplent les « lobbys » des hôtels de luxe

La PME orléanaise, labellisée entreprise du patrimoine vivant, réalise de 10 à 15 % de son chiffre d'affaires dans les hôtels.

Meurice, Plaza Athénée, Shangri-La, George V, Bristol... depuis plus de vingt ans, les fauteuils, bergères et commodes de luxe d'inspiration XVIII^e siècle fabriqués par la maison Taillardat peuplent les salons et les halls des plus grands palaces parisiens. La PME l'Orléans compte pas moins de 150 références à son catalogue. Mais lorsqu'il s'agit d'habiller le lobby « ou la chambre d'un grand hôtel, « c'est souvent du sur-mesure », souligne Martin Pietri, directeur de l'entreprise.

Forme au fauteuil
à forme du meuble ne varie guère, n revanche, les finitions (couleur, tissage, etc.) réalisées peuvent être individualisées. Labellisée entreprise du patrimoine vivant, l'entreprise de 22 salariés, recense à la seule une dizaine de savoir-

faire, allant de l'ébenisterie, à la tapisserie en passant par la dorure à la feuille. « On vient nous chercher pour ces finitions. Et aussi, pour notre niveau de service. Un hôtel, ce n'est pas comme un particulier : les meubles s'usent plus vite, ils nous recontactent souvent. Et si une réparation l'exige, on y va, même à 6 heures du matin ! »

Pas question de mécontenter un palace qui constitue une vitrine de choix, même si les hôtels ne pèsent que de 10 à 15 % du chiffre d'affaires (3 millions d'euros en 2016). L'entreprise a beau ne pas vendre en ligne, elle réalise 80 % de son chiffre d'affaires à l'export, vers l'Europe, les États-Unis, les pays du Golfe ou l'Asie. Cette dernière région, fait partie des cibles de choix. « Le made in France - presque tous nos bois viennent de France et la

fabrication l'est aussi - est très porteur », assure Martin Pietri. Taillardat mise aussi sur de nouveaux produits : d'ici à dix-huit mois, la PME espère sortir une ligne « outdoor » alliant du savoir-faire et une recherche poussée pour améliorer la résistance des bois aux intempéries. — L. A.



Si la forme du meuble ne varie guère, les finitions, elles, peuvent être individualisées.

Meljac rhabille les interrupteurs

Des interrupteurs « goutte d'eau » à la domotique, la PME impose ses équipements électriques dans les palaces.

Après le George V, le Bristol, et le Royal Monceau, Meljac amplifie sa présence au Meurice. Début mars, le fabricant d'interrupteurs de luxe a annoncé qu'il allait équiper les 160 chambres de l'une de ses réalisations les plus emblématiques : une multiprise sur mesure en laiton, reprenant la forme pyramidale chère au palace. L'entreprise, créée en 1995 par un Aveyronnais, André Bouquet, s'est fait connaître en remettant au goût du jour les interrupteurs « goutte d'eau » des années 1930.

Formes stylisées, revêtement élégant en laiton, cuivre, nickel brossé ou chrome pour l'interrupteur et sa plaque... Cette confection à la main en 20 étapes (usinage, montage, trempage, polissage...) made in France séduit les plus grands hôtels. Comme souvent dans les palaces, la personnalisation est la règle : 30 % des 70.000 produits vendus chaque année sont réalisés hors cata-



Modèle Limoges, Pivoine Bleu. Avec ses formes stylisées et ses revêtements élégants, Meljac séduit les plus grands hôtels.

logue. L'hôtellerie représente 40 % du chiffre d'affaires, qui affiche une belle santé : 7,5 millions d'euros en 2016 (+17 %). Certes, les commandes y sont effectuées en gros volume et dans des délais serrés. Un défi pour la PME dépendue de stock, qui intervient en début du chantier pour placer ses

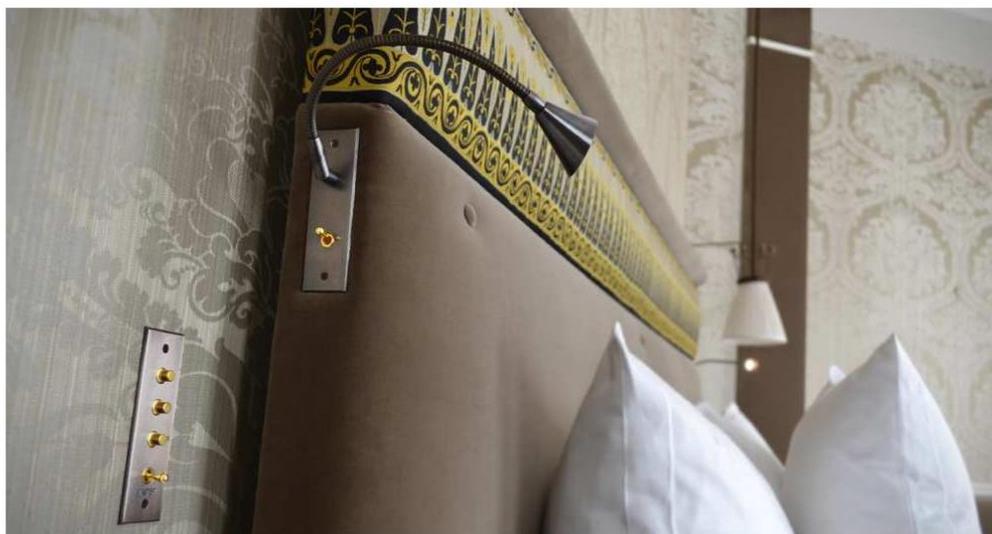
boîtiers électriques. « Il faut être réactif, disponible. Mais notre présence dans ces hôtels a pesé de façon significative dans notre activité », explique Jean-Michel Lagarde, actuel directeur de la PME. Aujourd'hui, la PME de 131 salariés a étendu sa palette et habille

La personnalisation est la règle : 30 % des produits sont réalisés hors catalogue.

« toutes les fonctionnalités électriques » (thermostat, détecteur de présence...). Elle veut profiter de la montée en puissance du secteur domotique. « C'est un secteur stratégique et 5 % de notre chiffre d'affaires est réinvesti dans l'innovation », souligne Jean-Michel Lagarde. L'entreprise, très présente à Paris et sur la Côte d'Azur, ambitionne aussi de passer les frontières. Déjà présente en Europe, elle veut se développer en Asie, et aux États-Unis, où les normes électriques imposées aux exportateurs sont pour l'instant draconiennes. — L. A.

Meljac rhabille les interrupteurs

LAURENCE ALBERT | Le 21/03 à 06:00 | Mis à jour à 09:09 |  0  0  12  0 



Modèle Limoges, Pivoine Bleu. Avec ses formes stylisées et ses revêtements élégants, Meljac séduit les plus grands hôtels.

Des interrupteurs « goutte d'eau » à la domotique, la PME impose ses équipements électriques dans les palaces.

Après le George V, le Bristol, et le Royal Monceau, Meljac amplifie sa présence au Meurice. Début mars, le fabricant d'interrupteurs de luxe a annoncé qu'il allait équiper les 160 chambres de l'une de ses réalisations les plus emblématiques : une multiprise sur mesure en laiton, reprenant la forme pyramidale chère au palace. L'entreprise, créée en 1995 par un Aveyronnais, André Bousquet, s'est fait connaître en remettant au goût du jour les interrupteurs « goutte d'eau » des années 1930.

Formes stylisées, revêtement élégant en laiton, cuivre, nickel brossé ou chrome pour l'interrupteur et sa plaque... Cette confection à la main en 20 étapes (usinage, montage, trempage, polissage...) made in France séduit les plus **grands hôtels**. Comme souvent dans les palaces, la personnalisation est la règle : 30 % des 70.000 produits vendus chaque année sont réalisés hors catalogue. L'hôtellerie représente 40 % du **chiffre d'affaires**, qui affiche une belle santé : 7,5 millions d'euros en 2016 (+17 %). Certes, les commandes y sont effectuées en gros volume et dans des délais serrés. Un défi pour la PME dépourvue de stock, qui intervient en début du chantier pour placer ses boîtiers électriques. « *Il faut être réactif, disponible. Mais notre présence dans ces hôtels a pesé de façon significative dans notre activité* », explique Jean-Michel Lagarde, actuel directeur de la PME. Aujourd'hui, la PME de 131 salariés a étendu sa palette et habille « *toutes les fonctionnalités électriques* » (thermostat, détecteur de présence...). Elle veut profiter de la montée en puissance du secteur domotique. « *C'est un secteur stratégique et 5 % de notre chiffre d'affaires est réinvesti dans l'innovation* », souligne Jean-Michel Lagarde. L'entreprise, très présente à Paris et sur la Côte d'Azur, ambitionne aussi de passer les frontières. Déjà présente en Europe, elle veut se développer en Asie, et aux Etats-Unis, où les normes électriques imposées aux exportateurs sont pour l'instant drastiques. .

L. A, Les Echos

@L_Albert_  Suivre

Meljac (interrupteurs) mise sur le marché de l'hôtellerie et l'export

Paris, 27 avr. 2017 (AFP) -

Le fabricant français d'interrupteurs de luxe Meljac table sur l'exportation et le marché de l'hôtellerie pour poursuivre sa croissance, après avoir enregistré une forte reprise de son activité en 2016.

"On a repris la dynamique" en 2016, a résumé le directeur général Jean-Michel Lagarde, jeudi devant la presse.

Le chiffre d'affaires du groupe avait diminué en 2014, puis stagné en 2015, avant de rebondir de 17% l'année dernière pour atteindre 7,6 millions d'euros.

L'enjeu pour Meljac va être de "tenir un rythme de 8 à 10% par an avec deux moteurs: l'export et l'hôtellerie", a indiqué M. Lagarde. L'objectif est d'atteindre les 10 millions d'euros en 2020,

En 2016, les ventes en France (54% du chiffre d'affaires total) ont progressé de 15%.

"La reprise s'est faite beaucoup à travers l'hôtellerie" après une période "attentiste" notamment dans le contexte des attentats d'une concurrence plus vive, a expliqué le directeur général.

La société a réalisé plusieurs chantiers dans l'hôtellerie très haut de gamme (Meurice, George V à Paris) et d'autres sont en cours (Park Hyatt et Crillon à Paris, Nomad à New York, Four Seasons à Miami).

Meljac y installe des interrupteurs et des prises, mais aussi des habillages de mécanismes (alarmes, systèmes domotiques, climatisation).

"L'hôtellerie de luxe est une vitrine pour nous", souligne M. Lagarde, car la clientèle des palaces peut avoir envie d'équiper son domicile.

Le marché hôtelier n'est pas majoritaire en France, où il pèse de 30 à 40% des ventes, contre 60 à 70% pour la rénovation et le résidentiel.

Le président du groupe, André Bousquet insiste sur le "Made in France" avec un label obtenu en 2012. Meljac fabrique ses produits en région parisienne.

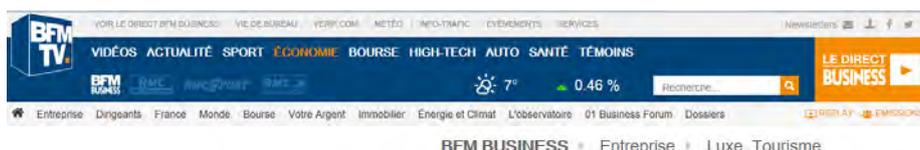
L'année 2016 a été également bien orientée à l'exportation (37% du chiffre d'affaires) avec une croissance de 20%.

Les premiers marchés de Meljac sont la Suisse, la Russie et l'Italie, mais le groupe s'est aussi récemment développé aux Etats-Unis et au Royaume Uni. Ces deux pays sont des priorités pour le groupe qui vise une croissance à deux chiffres à l'international.

sbo/ef/az

HYATT HOTELS CORP

Afp le 27 avr. 17 à 17 05.



Cet artisan fait des accessoires électriques des œuvres d'art

© 08/05/2017 à 17h13



Toutes les prises électriques ne se ressemblent pas. MelJac, une PME créée il y a 20 ans par André Bousquet en réalise pour les palaces, les musées et les châteaux du monde entier. Chez les architectes et les décorateurs, cette marque incarne l'excellence à la française et le chic parisien.

Le grand public ne connaît pas MelJac ou plutôt, il connaît cette marque sans le savoir. Cette PME française équipe les plus beaux bâtiments du monde d'interrupteurs, de lampes, de liseuses, de boîtiers de contrôle, de prises électriques haut de gamme. Parmi ses références, l'Hôtel Meurice, le Château de Versailles, le Musée du Louvre, le siège de Cartier, le magasin parisien de Van Cleef & Arpels, mais aussi le domicile de stars du show-business, du sport ou de l'économie.

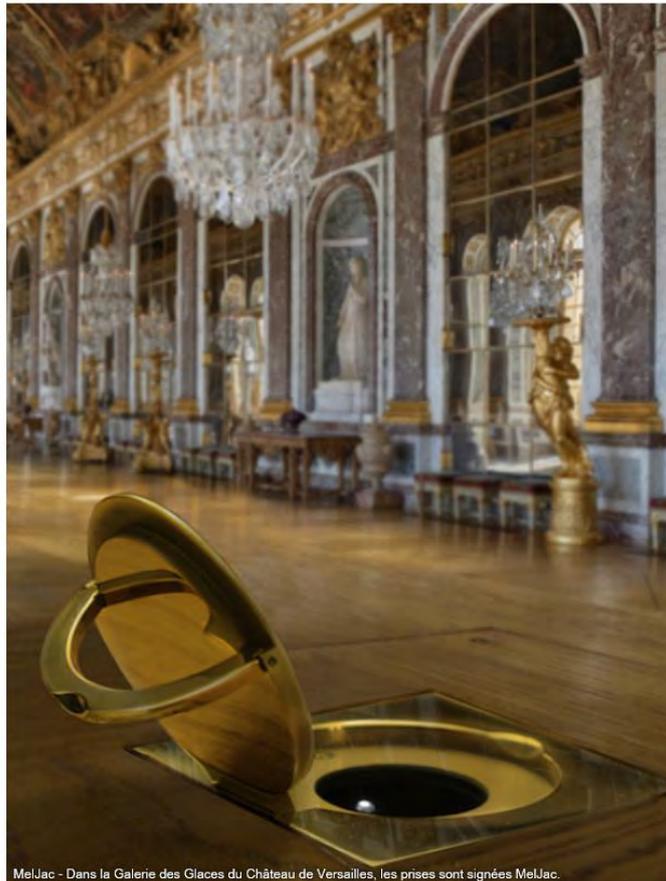
La société ne peut pas citer le nom de ses clients, mais selon nos informations, le domicile de Steve Jobs, la demeure de Jonathan Ive, le designer d'Apple, et celle qu'habitaient Brad Pitt et Angelina Jolie sont équipés par cette petite société française. Ils ont tous choisi ces produits parce qu'ils incarnent une élégance simple et tellement discrète qu'on ne la remarque pas. Tout le contraire du "bling bling".

La dernière création de MeJac est cette pyramide de cuivre qui abrite des prises électriques et USB. Cette œuvre d'art a été réalisée et personnalisée pour les suites de l'Hôtel Meurice.



MeJac - Cette pyramide n'est pas seulement une œuvre d'art. C'est aussi une boîte à multiprises que l'on trouve dans les suites de l'Hôtel Meurice.

MeJac est une "maison", comme on le dit pour les entreprises du luxe. Elle a été créée en 1995 par André Bousquet, un électricien autodidacte qui travaillait pour des architectes et des designers de renom (Jean-Michel Wilmotte ou encore Philippe Starck) en déplorant un certain manque d'exigence pour les accessoires électriques. À l'époque, c'était un atelier quasi artisanal de la banlieue parisienne et il le serait toujours aujourd'hui si un événement imprévisible n'avait pas tout chamboulé. "Lors d'une grande tempête, un arbre s'est écroulé sur l'atelier et a presque tout détruit. Plutôt que de reconstruire à l'identique, nous nous sommes agrandis et nous avons monté d'autres sites", a raconté André Bousquet à BFMBusiness.com.



MeJac - Dans la Galerie des Glaces du Château de Versailles, les prises sont signées MeJac.

Le made in France, une valeur industrielle

Aujourd'hui, l'entreprise emploie 65 salariés, dispose de plusieurs sites en France (en banlieue parisienne et à Lyon) et d'un show room à Paris. Elle réalise un chiffre d'affaires de 6,5 millions d'euros (dont 37% à l'export), et son dirigeant met un point d'honneur à ce que ses produits, qu'ils soient de série ou sur mesure, soient made in France. "J'entends souvent que la fabrication française dans les produits techniques haut de gamme est impossible, qu'il faut travailler hors de France pour gagner sa vie, que les compétences sont trop chères. Ce ne sont que des préjugés qui ne reposent sur rien de sérieux", nous a expliqué le dirigeant.

En effet, l'ensemble du processus de production depuis la conception jusqu'à la distribution en passant par l'usinage, le traitement et le polissage des surfaces métalliques est effectué dans les unités de MelJac installées à Orly, Villeneuve-le-Roy ou Neuilly Plaisance. "C'est un véritable défi pour former des techniciens, car il existe de moins en moins d'écoles pour le travail du métal", signale André Bousquet qui indique que pour former un bon polisseur, il faut au moins quatre ans. "C'est un métier de passionnés qui contrairement à ce que l'on pense, attire les jeunes qui découvrent un aspect du luxe qu'ils ne soupçonnaient pas et sont fiers de voir les produits qu'ils ont créés dans les plus beaux monuments de Paris".



Son unité de polissage s'est forgé une telle réputation qu'elle travaille désormais pour d'autres univers du luxe ou de la création. À elle seule, elle assure près de 10% du chiffre d'affaires de l'entreprise. "On fait des objets de plus en plus divers comme des réservoirs de motos customs, des objets d'art ou des pièces mécaniques de prestige, mais l'une des plus originales que nous avons réalisées est cette serrure de cuivre pour la prison de la Santé qui a été créée par Philip Starck", nous a dévoilé André Bousquet.

Une entreprise du "patrimoine vivant"

Mais évidemment, la spécialité de MelJac repose sur les équipements électriques dont l'évolution technologique imposée par la domotique (avec le pilotage par smartphone) et des normes propres aux différents pays nécessitent d'adapter chaque modèle et de faire de plus en plus de sur mesure.

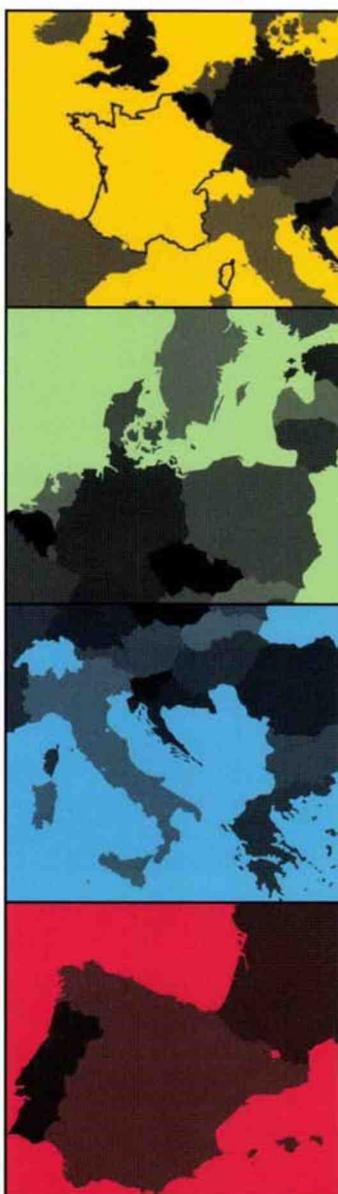
Mais la petite entreprise a aussi formé un réseau international de revendeurs et d'électriciens agréés capables de commercialiser ce savoir-faire et d'installer prises et interrupteurs dans les règles de l'art. Une organisation qui est à l'image des maisons françaises de haute couture. "Il ne s'agit pas de gâcher le travail en posant un appareil de travers ou en le connectant mal", précise l'artisan qui en 20 ans a transformé de simples appareillages électriques en œuvres d'art. MelJac est entré il y a deux ans dans le cercle restreint des artisans qui ont reçu le label d'État "**Entreprise du patrimoine vivant**". Plus qu'une récompense, une reconnaissance nationale.



Publiscope

Exporter depuis la Réunion et Mayotte :
les bonnes pratiques partagées

Moniteur du Commerce International depuis 1883



France/Europe

Guide 2017 des aides à l'export pour les PME & ETI

Diagnostic, **conseil**, prospection,
recrutement, implantation,
contrat export, **financement**
et tous les programmes européens
dédiés aux PME & ETI

4 Les aides à la prospection

Participer à un salon, trouver un agent, rencontrer des prospects étrangers : un type d'action qui peut être mené à un coût réduit grâce aux soutiens publics. Voici les principaux mécanismes d'aide.

Le soutien aux opérations collectives de prospection : Label France

Guichet : Business France

Description : la procédure de labellisation permet à un opérateur d'organiser sur des zones prioritaires des actions collectives (salons, rencontres acheteurs, présentations de produits, missions découvertes) afin de fédérer un groupe d'entreprises françaises à l'international. Le « label France », qui permet une inscription au Programme France Export (voir ci-après) est adapté pour la visibilité accrue qu'il offre par l'usage et l'affichage du logo « Créative France », marque ombrelle de la campagne de promotion des savoir-faire et technologies français à l'international portée par Business France depuis 2015. Il renforce par ailleurs l'accès à des subventions

publiques, notamment régionales, Business France n'octroyant pas de subventions spécifiques dans le cadre de cette procédure.

Bénéficiaires

L'opérateur labellisé peut être :

- un organisme, une association, une personne morale de droit public ou privé, établis au sein de l'UE ;
- une chambre de commerce et d'industrie française à l'international (CCIFI), membre de CCI France International (ex. Union des CCI françaises à l'étranger).

Les participants aux actions collectives : indirectement toutes les PME-TPE (au sens Insee) et les entités représentant les intérêts commerciaux des susdites entreprises.

Opérations éligibles :

- stand collectif sous pavillon France sur les salons professionnels (nombre de participants minimum : 10) ;
- présentation de produits et de savoir-faire à l'étranger ;
- rencontres d'acheteurs et de prospects étrangers.

Important : l'opérateur labellisé est tenu d'assurer une ouverture nationale sur les projets concernés et une absence de discrimination dans le recrutement des entreprises ; ce dernier doit être effectué sur un périmètre d'au moins trois régions et comprenant un minimum de 30% de participants extérieurs à la région principale.

Modalités et contact : sur le site de l'agence : www.businessfrance.fr.

Le programme France export 2017

Guichet : Business France et autres opérateurs labellisés : Adepta, chambres de commerce et d'industrie (CCI) en France sous le label CCI International, CCI françaises à l'étranger (CCIFI) du réseau CCI France International (cf plus haut)
Le programme France export 2016 comporte quelque 600 opérations, qu'il s'agisse de pavillons et missions sur des salons (187 pavillons France cette année), de rencontres d'acheteurs, de missions découvertes, d'ateliers d'information, forums, ou d'événements de promotion des produits français.

Par grandes zones géographiques : 192 sont prévus en 2017 dans les pays de l'Union européenne (dont 41 en Allemagne et 36 en France), 22 dans les pays d'Europe de l'Ouest hors UE, 31 dans les pays de la CEI (dont 15 en Russie), 3 en Océanie (Australie), 37 dans les pays d'Asie du sud-est (dont 9 à Singapour et 7 au Vietnam), 13 en Asie du sud (dont 11 en Inde), 63 en Asie du Nord (dont 31 dans la seule Chine), 54 en Amérique du Nord (incluant le Mexique, 32 en Amérique du sud, 2 dans les Caraïbes (dont 1 à Cuba), 40 en

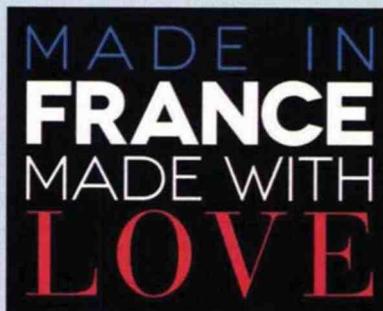
Afrique du nord et 45 en Afrique sub-saharienne et 2 à Madagascar, 48 au Proche et Moyen-Orient (dont 21 aux Émirats arabes unis et 10 en Iran).

Cette programmation comporte d'une part les opérations propres à Business France, qui est l'opérateur public national pour l'organisation des participations d'entreprises françaises dans les salons professionnels sous le pavillon France, et d'autre part les opérations à recrutement national organisées par d'autres opérateurs et labellisées par Business France.

Premier pavillon France unique à ProWein 2017

Depuis le 1^{er} janvier 2017, avec la fin de la délégation de service public (DSP) confiée jusqu'à présent par le ministère de l'Agriculture à l'agence de communication Sopexa, Business France est le seul organisateur des Pavillons France dans les salons agroalimentaires étrangers. C'est à ce titre qu'elle a accueilli pour la première fois l'ensemble des 840 entreprises françaises participant au Pavillon France de ProWein 2017 (19-21 mars), le plus grand salon B to B des vins et spiritueux dans le monde à Düsseldorf. Les centaines de producteurs et négociants français participants ont ainsi été regroupés cette année sur un espace gigantesque d'une superficie de 6 300 m² dans les halls 11 et 12 du parc d'expositions de Düsseldorf, avec un slogan « Made in France, Made with love ».

Parmi les temps forts de cette présence française, outre un programme



de rendez-vous BtoB chargé avec des experts marchés de Business France et 20 acheteurs internationaux, figurait l'organisation de quelque onze « master-class » ou dégustations commentées de 45 minutes, assurées par les collectifs régionaux. Aux côtés d'organismes nationaux comme l'Association nationale interprofessionnelle des vins de France (Anivin) et France Vin Bio, les acteurs régionaux sont en effet toujours bien représentés sur cette opération: Conseil interprofessionnel des vins d'Alsace, Chambre de commerce et industrie Bourgogne Franche-Comté, Agence de l'alimentation Nouvelle-Aquitaine (AANA), Dev'up & Food'Loire, InterBeaujolais, Inter Rhône, Comité Auvergne - Rhône-Alpes gourmand, Inter OC, Sud de France développement, Conseil interprofessionnel des vins de Provence, Conseil interprofessionnel des vins de Corse.

Le programme France export a ainsi vocation à fédérer l'ensemble des actions des partenaires publics et privés du commerce extérieur soutenues par les ministères des Affaires étrangères et du développement international, de l'Économie, de l'Industrie et du numérique, des Finances et des

comptes publics, et de l'Agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt.

Important: Il est utile de noter que les frais de participation des entreprises participantes sont éligibles à des aides régionales (voir détail chapitre 2), un prêt croissance in-

ternational de Bpifrance (voir chapitre 3) mais aussi une assurance prospection (ci-après).

L'ensemble de cet agenda consolidé, qui peut évoluer à la marge dans le courant de l'année, est consultable en ligne sur www.programme-france-export.fr

Témoignage

Meljac à l'assaut de la Corée du Sud

Treize entreprises françaises des secteurs de la mode et la décoration ont participé du 11 au 16 décembre derniers en Corée du Sud à la « Mission French Touch Séoul », organisée par Bpifrance en partenariat avec Business France, à l'occasion de la clôture de l'année France-Corée 2015-2016. Meljac, PME spécialisée dans la conception et la production d'appareillages électriques de luxe (interrupteurs, prises de courant, thermostats, systèmes domotiques...) était du voyage*.

Cette société de 65 salariés, sélectionnée pour être un des 13 ambassadeurs de la French Touch en Corée, n'est pas une débutante à l'export: elle exporte son savoir-faire artisanal dans 60 pays. Mais si elle avait déjà travaillé occasionnellement sur quelques chantiers en Chine, en Thaïlande et en Corée, elle effectuait son premier véritable voyage de prospection dans le pays. « Cette mission nous a permis de rencontrer des architectes et prescripteurs locaux et de vérifier la qualité d'un de nos contacts sur place », indique au Moci Jean-Michel Lagarde, directeur général de Meljac. « Nous envisageons main-

tenant, développe-t-il, d'approfondir notre relation avec ce dernier et espérons en faire un futur revendeur agréé Meljac ». Le dirigeant a particulièrement apprécié le rythme et la qualité des rendez-vous. Cerise sur le gâteau, l'événement a offert à Meljac une belle visibilité dans les médias coréens spécialisés dans le design.

V. A.

*Les 12 autres entreprises sont: Ami (habillement masculin); BonneGueule (boutique en ligne de prêt-à-porter pour homme); Isaac Reina (maroquinerie et accessoires pour hommes et femmes); Le Gramme (marque lifestyle d'accessoires pour homme); Lemaire (vêtements pour hommes et femmes); Moissonier (meubles de fabrication française au savoir-faire d'ébénisterie); Molli (maille de luxe pour femmes et enfants); Officine Générale (vêtements pour hommes); Rogier Pradier (décoration et éclairage d'extérieur); Roseanna (prêt-à-porter féminin); Taillardat (mobiliers et sièges du XVIII^e) et Volevatch (équipements haut de gamme pour salles de bain).

« Mieux se soigner » : la *French Healthcare* se lance sur les traces de la *French Tech*



Une filiale de l'Assistance Publique-Hôpitaux de Paris (AP-HP), AP-HP International, qui, à peine créée en décembre 2016, signe dès le mois suivant, fin janvier 2017, son premier contrat d'étude à l'export, en l'occurrence en Iran, à l'occasion d'une visite à Téhéran du ministre français des Affaires étrangères. S'il fallait un exemple concret de ce que peut donner l'ouverture récente à l'international de certains acteurs publics puissants de la filière française « Mieux se soigner », on n'aurait pas mieux trouvé. Cette histoire, racontée par Didier Houssin, président de la société AP-HP International, faisait partie des quelques success-stories mises en avant le 15 mars 2017 au ministère des Affaires étrangères et du développement international (MAEDI) lors de la soirée de lancement de la cousine de la « French Tech », la *French Healthcare*, nouvelle marque ombrelle à l'export de cette filière de la santé lancée sous l'égide du Comité stratégique des industries et technologies

de santé (CSFITS). Son logo bleu-blanc-rouge est en forme de cœur et sa baseline est « L'excellence française en santé », tout un programme qui n'aurait pas vu le jour sans les efforts déployés depuis un an par Jean-Patrick Lajonchère (voir photo), le directeur général de l'Hôpital Saint Joseph à Paris, nommé il y a un peu plus d'un an par le secrétaire d'État au Commerce extérieur, fédérateur de la famille prioritaire à l'export « Mieux se soigner ».

Une marque ombrelle à vocation internationale, pour quoi faire ? Rendre l'offre plus « visible » et plus « lisible » à l'international. Comme pour la « French Tech » dans le numérique, ou « Vivapolis » dans la ville durable, il s'agit d'insuffler plus d'esprit collectif dans cette filière composée d'acteurs publics et privés aux savoir-faire hétéroclites, des architectes d'hôpitaux aux fabricants de matériels en passant par les laboratoires pharmaceutiques ou centres de recherche. Avec une ambition : faire émerger des offres communes innovantes.

Concrètement, la marque *French Healthcare* sera portée par une association du même nom qui aura trois missions précises : favoriser la projection de l'expertise hospitalière à l'international ; promouvoir les industries de santé françaises auprès des investisseurs étrangers et enfin fédérer les acteurs à l'étranger via des « clubs santé ». À noter que dix de ces clubs ont déjà vu le jour depuis le lancement de la famille « Mieux se soigner » en 2013, et sous l'égide du CFSITS : Algérie, Brésil, Chine, Italie, Russie, Mexique, Corée du sud, Turquie, Pays du Golfe, Tunisie. Huit autres pourraient voir le jour en 2017.

BON À SAVOIR

Business France a organisé 462 opérations collectives du Programme France Export 2016, dont 152 pavillons France sur des salons professionnels. L'agence nationale reste ainsi le principal opérateur public pour ce type d'opérations. Quelque 5681 entreprises ont bénéficié d'accompagnements collectifs (stands collectifs, rencontres d'affaires...) l'an dernier – sur un total de 9993 entreprises accompagnées – selon son rapport d'activité 2016.



L'APPAREILLAGE HAUTE COUTURE

En alliant savoir-faire traditionnel, technologie de pointe et amour du métier, l'entreprise **Meljac** s'est imposée comme leader de l'appareillage électrique haut de gamme.

Un succès largement dû à la forte personnalité de son fondateur et dirigeant, André Bousquet.

.....
 Usinage, gravure, chanfreinage, estampillage, polissage, traitement de surface, vernissage... Les produits **Meljac** subissent une vingtaine d'étapes de production. Même si l'entreprise a évolué vers la haute technologie, la fabrication à la main reste importante.

Parce qu'il ne trouvait pas l'interrupteur qu'il cherchait, André Bousquet l'a fabriqué lui-même. Cette initiative l'a mené plus loin qu'il ne l'avait sans doute imaginé. Aujourd'hui, l'entreprise d'appareillage de luxe **Meljac**, qu'il a fondée et dirige depuis une vingtaine d'années, compte 60 personnes, réalise plus de 7 millions de chiffre d'affaires et affiche une progression à deux chiffres (+17% en 2016). L'international (37% du CA) et l'innovation sont les deux axes de développement de ce fleuron de l'industrie française labellisé Entreprise du patrimoine vivant en 2015.

CONJUGUER LES SAVOIR-FAIRE

« Toujours inventer, se méfier du systématique », résume André Bousquet pour expliquer sa réussite. Et pour innover, l'entreprise n'hésite pas à aller chercher des savoir-faire à l'extérieur : fabricant de porcelaine, verrier... « Il faut savoir reconnaître son seuil de compétence. Même si nous formions nos équipes, nous n'atteindrions jamais le savoir-faire héréditaire de ces artisans et ouvriers. Leurs machines sont plus que centenaires et il est impossible de s'en passer,

mais on ne peut pas intégrer toutes les techniques, les investissements seraient trop lourds pour **Meljac**. »

Cette complémentarité sert magistralement la créativité de l'industriel, qui sait aussi donner à ses partenaires et collaborateurs l'envie de participer à l'aventure. « La passion, ça se communique, aime-t-il dire. Elle pousse à l'innovation. Parfois, une idée paraît farfelue, mais on va y réfléchir, imaginer... et l'on arrive à créer des choses très belles, quelquefois uniques. Tout le monde aime toucher de beaux objets, sentir la précision, la finition, la solidité. Nos produits sont lourds, très stables. Ça leur donne du caractère. »

TRADITION ET TECHNIQUE DE POINTE

Cette passion se ressent jusqu'à l'atelier de Villeneuve-le-Roi, en région parisienne. Les salariés sont formés par l'entreprise qui entretient des partenariats avec des lycées techniques. Les jeunes sont pris en stage, passent de poste en poste pour maîtriser la chaîne de production avant d'être, pour certains, définitivement engagés. Même les personnels administratifs et commerciaux



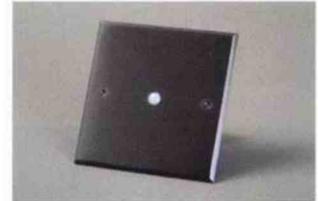
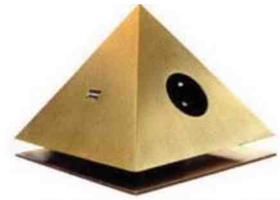
Photos © Meljac.

▲ Savoir s'entourer est un credo d'André Bousquet, qui a décidé en 2015 de confier la direction générale de Meljac à Jean-Michel Lagarde (photo). Assurer l'essor de l'entreprise, notamment son déploiement à l'international, exigeait une nouvelle organisation.

► Habiller les appareillages en plastique de laiton massif ou de nickel brossé pour leur donner de l'élégance autant qu'une qualité irréprochable : un positionnement historique qui plait au secteur haut de gamme.

ont été stagiaires pour quelques jours à l'atelier après avoir été recrutés. Une méthode d'André Bousquet pour qu'ils s'imprègnent du métier et de la culture de l'entreprise. Suivre les étapes de fabrication et observer le travail de précision est une expérience peu commune, en particulier pour ce qui concerne le traitement de surface, où la finition se juge uniquement à l'œil et au toucher selon une technique qui semble hors d'âge. Un simple interrupteur devient presque un objet d'art.

Si Meljac s'appuie sur ce savoir-faire traditionnel, elle a su prendre le virage du numérique. L'entreprise a investi dans une imprimante 3D qui lui ouvre de nouveaux champs d'innovation, même si, à l'ère du digital, certains clients aiment encore le clic singulier du levier « goutte d'eau » des vieux interrupteurs, cette petite mécanique que l'entreprise a su conserver et qui fait partie de sa marque de fabrique. ■ PR



www.usinenouvelle.com

L'USINE NOUVELLE

N° 3533 . SEMAINE DU 12 AU 18 OCTOBRE 2017 . 5,90 EUROS

AGROALIMENTAIRE

**Les sucriers à l'heure
de la fin des quotas** PAGE 10

MESURE

**Quatre regards sur
la métrologie 4.0**

PAGE 42

TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

**Les beautés cachées
de l'hydrogène**

PAGE 48



YUVAL NOAH HARARI
ÉCRIVAIN ET HISTORIEN
**« L'homme devient
un dieu irresponsable »**
ENTRETIEN PAGE 6



UNE FRENCH FAB POUR QUOI FAIRE ?

**Après la french tech, la french fab. Une bannière pour rassembler, moderniser,
faire grandir les industriels... Et enrayer la désindustrialisation. À adopter d'urgence !**

INVENTÉ PRÈS DE CHEZ VOUS



Le Z, nouvelle génération de multiprise autoportante de **Mejac**.

Le parisien Mejac mise sur le design et les matériaux nobles pour sa multiprise



PARIS
ILE-DE-FRANCE

« Pour chacune de nos innovations, nous avons à l'esprit de conjuguer la qualité et l'esthétique », explique André Bousquet, le président et fondateur de la société **Mejac**, leader mondial des appareillages électriques de luxe. Fabriqués dans des matériaux nobles, ses interrupteurs, prises et autres lampes, équipent palaces et magasins de luxe. Sa dernière fierté : le « Z ». Présenté fin septembre au salon Architect@work à Paris, il s'agit d'une console multiprise pouvant accueillir sur sa face avant, et selon le choix du client, plusieurs catégories de prises (courant, RJ 45, USB) et de commandes, voire un écran de contrôle pour piloter divers équipements. Au design soigné, ce véritable tableau de bord fabriqué en laiton n'a pas été construit pour être encastré, mais pour être déplacé. « À condition

évidemment de disposer des connexions nécessaires à son fonctionnement », précise André Bousquet. Le Z, qui tire son nom de sa silhouette, est né dans le cerveau fertile d'André Bousquet qui reconnaît « réaliser un dessin par jour ». Il a tout de même fallu dix-huit mois d'efforts et de collaboration avec le cabinet d'architecture Wilmotte pour concrétiser ce projet. L'angle entre la base et la face avant du Z a été particulièrement étudié afin que le métal, une fois travaillé, conserve l'aspect attendu. La PME parisienne de soixante-cinq salariés, dont cinq ingénieurs et techniciens, investit 5% de son chiffre d'affaires (7,6 millions d'euros en 2016) en R & D. **Mejac**, dont les deux ateliers de fabrication sont en Ile-de-France, est la première entreprise de son secteur à avoir obtenu le label Entreprise du patrimoine vivant (EPV). Elle diffuse son savoir-faire « made in France » à travers 60 pays. ■

PATRICK DÉSAVIE

MELJAC: A. GONIN/ONERA

CRÉE

N° 382
ÉTÉ 2017



France-Japon

150 ans
d'architectures

Studio Venezia, Nightswimming

Espaces sonores

Maisons

7 refuges ruraux
ou urbains

Dossier intérieur

boutiques,
musée, bureaux

ISH 2017

nouveautés
bains

Guide 2017

produits
intérieur

intérieurs

3, rue de la Procession
75015 Paris
Tél. 01 40 61 08 43
france@meljac.com
www.meljac.com

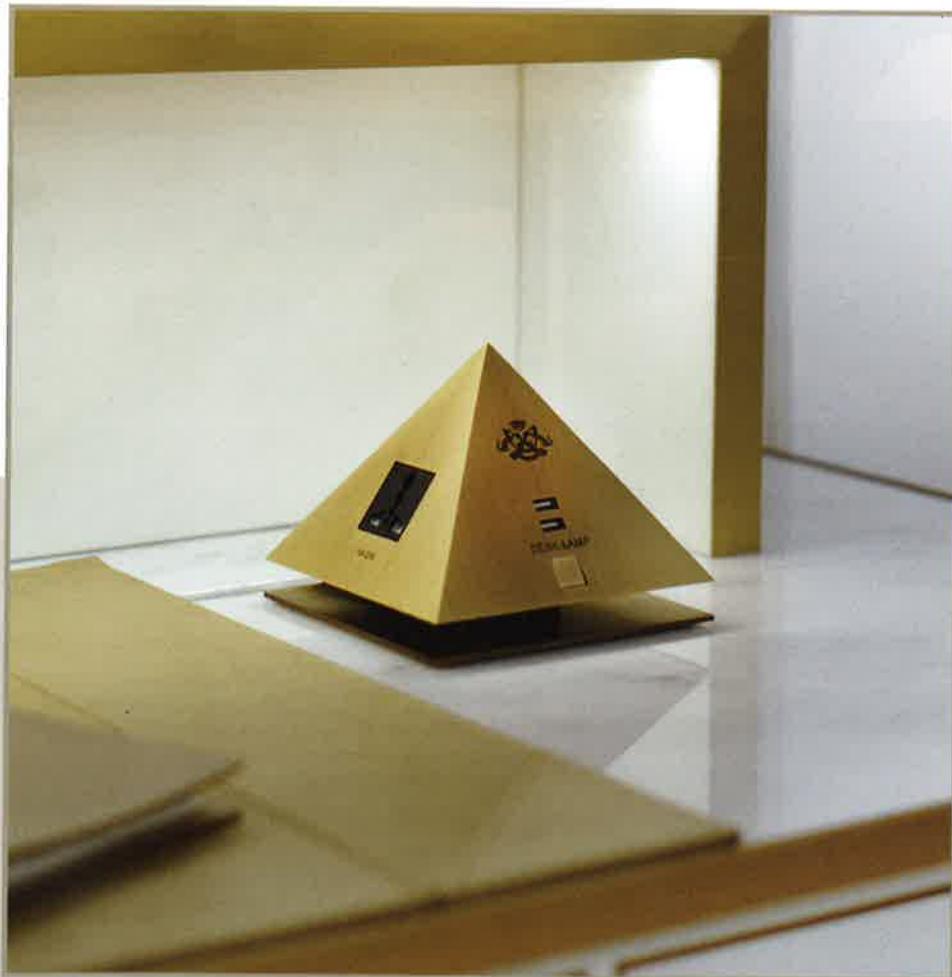
Design et Savoir-faire au service de l'esthétique

MELJAC, leader sur son marché, conçoit et fabrique des appareillages électriques de luxe (interrupteurs, prises de courant, thermostats, systèmes domotiques, sonnettes, lampes à poser, spots et liseuses, etc.). Elle réalise également des solutions sur-mesure.

La marque offre un large choix de produits, avec divers formats et finitions, en matériaux nobles tels que le laiton, le verre, la porcelaine de Limoges, et même des pierres semi-précieuses...

En mariant esthétique et technologie, MELJAC séduit aussi bien les architectes et décorateurs que les électriciens, particuliers, etc.

L'entreprise obtient en 2012 le label « Origine France Garantie » (OFG) et en 2015 le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant). Ces reconnaissances témoignent de la qualité des produits et du savoir-faire MELJAC.



IDEAT

CONTEMPORARY LIFE

SPÉCIAL
ARCHITECTURE

Bordeaux

Courez à la 7^e édition
de la biennale
d'architecture Agora

Gênes

Renzo Piano, le génie
venu d'Italie qui a
changé la face du monde

Royan ▶

Le monde réenchanté
des années 50

Mexico

Manifeste postmoderne
à découvrir absolument

Paris

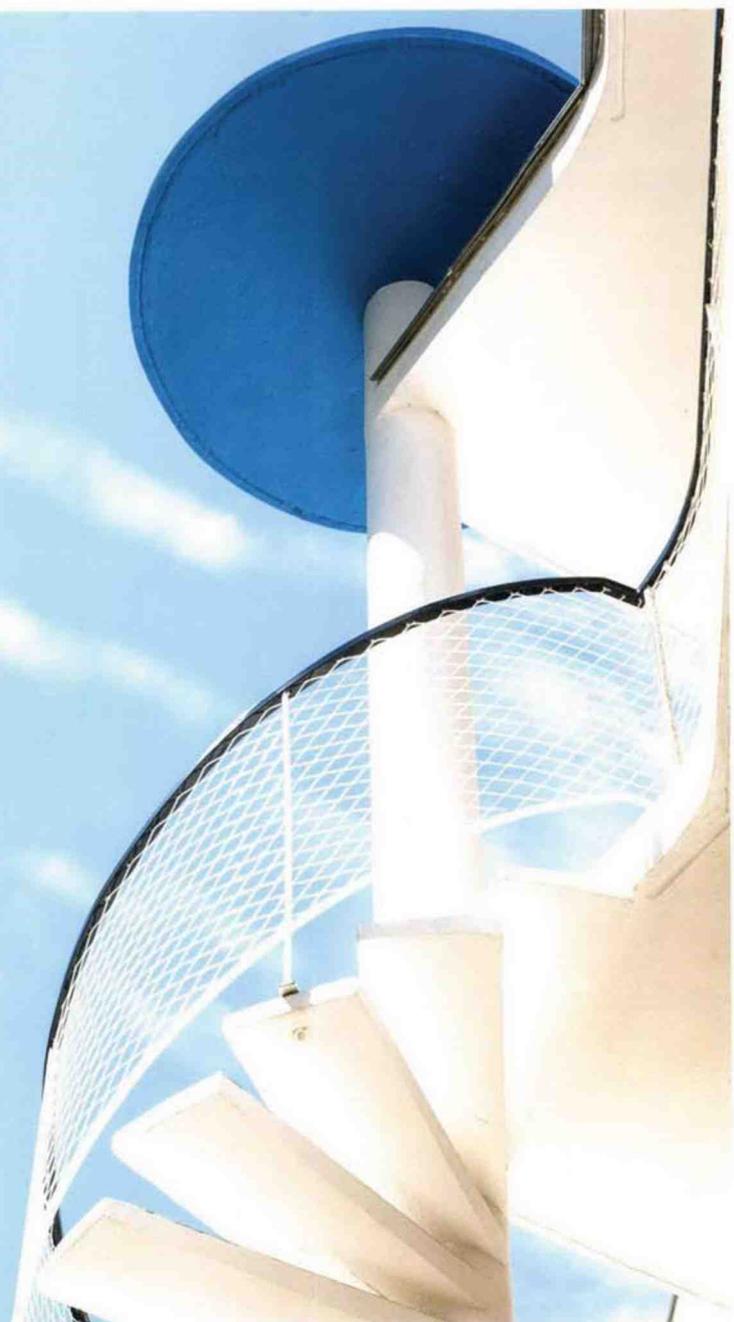
Le chantier de la
Samaritaine, le futur musée
Pinault et 5 projets
pour réinventer la Seine

M 02689 - 10H - F: 9,90 € - RD



LE PLUS ARCHI DES MAGAZINES DE DÉCO

Hors-série architecture n° 10 - Octobre 2017 - 9,90 €



Meljac, au courant du luxe

Par Serge Gleizes



Leader des appareillages électriques haut de gamme, Meljac cherche toujours à repousser les limites en matière de design et de fonctionnalité à travers, par exemple, cette saison, sa dernière gamme de multiprises en laiton, *Calypso*, *Pyramide* et *Z*. De quoi poursuivre sa brillante aventure.

Calypso ressemble à une caméra, *Pyramide* à la pyramide du Louvre et *Z* à un tableau de bord vintage. Chez Meljac, l'esthétique, combinant épure et finitions sophistiquées, est capitale. Parfois traitée au second degré, elle n'est jamais incompatible avec la plus haute technicité. Depuis le début, tous les produits sont fabriqués à la main, en France, et déclinés dans 25 finitions au choix, tout comme le sur-mesure, qui représente 35 % de la production. Mais le grand atout de cette maison, qui a commencé par créer des interrupteurs en laiton, réside également dans l'existence du département R & D, qui conçoit deux à trois nouveaux modèles par an. Et cela dans l'éternelle obsession de la qualité avec des matières nobles : laiton, verre, porcelaine de Limoges, Inox, bronze incrusté de pierres fines, minéraux, bois, cuir... Autre atout, personnaliser interrupteurs, prises, lampes à poser, sonnettes, spots, liseuses, thermostats, systèmes domotiques, commande de climatisation, lecteur de carte... en les gravant de motifs à la demande ou en combinant les mécanismes. Avec ses deux showrooms, situés l'un à Paris et l'autre à Lyon, et ses deux ateliers de production, la marque est aujourd'hui vendue dans 63 pays. Ayant reçu en 2012 le label OFG (Origine France Garantie), elle a été la première entreprise de son secteur d'activité à recevoir en 2015 le label EPV (Entreprise du patrimoine vivant). En 2015, Jean-Michel Lagarde est nommé directeur général et maintient, en étroite collaboration avec le fondateur, André Bousquet, la philosophie de l'enseigne, qui affiche un chiffre d'affaires de 7,6 millions d'euros en 2016. Inutile de dire que Meljac a séduit les plus grandes agences d'architecture intérieure (Jacques Garcia, Gilles & Boissier, Alberto Pinto...). Elle a d'ailleurs équipé des palaces comme le Four Seasons George V à Paris, le Mandarin Oriental à Marrakech, l'InterContinental à Genève, mais également des lieux historiques et culturels comme le château de Versailles, le musée du Louvre, le musée Horta à Bruxelles, ainsi que des griffes de luxe (Boucheron, Chanel, Cartier...). Belle réussite, donc, pour cette maison fondée en 1995 par un Aveyronnais d'origine qui avait baptisé son entreprise du nom de son village natal, histoire de ne jamais oublier ses racines. L'atelier de Villeneuve-le-Roi (94) est d'ailleurs entouré de vignes, hommage aux côtes-de-millau, le célèbre vin de la région...



Entre boutons-poussoirs, va-et-vient ou sonnettes, la maison Meljac fabrique depuis 1995 des appareillages électriques haut de gamme recherchés par des clients et des établissements exigeants. 1/ À l'hôtel parisien La Réserve, interrupteur format étroit de la collection « Classique », chromé vif. 2/ Le palace Le Meurice a choisi la multiprise *Pyramide* pour équiper ses chambres.

MELJAC.
3, rue de la Procession,
75015 Paris.
Tél. : 01 40 61 08 43.
5, rue Charles-Dullin,
69002 Lyon.
Tél. : 04 78 38 37 72.
La gamme de multiprises sera présentée au salon Architect@Work, Paris Event Center, stand 125, les 21 et 22 septembre.
Paris.architectawork.fr



L.A. de Paris Montmartre | 191 rue du 72000^e Mail | 75013 Paris
Tel 01 55 66 09 20 | Fax 01 55 66 09 29 | info@ggo-in.fr | www.ggo-in.fr

L'Hebdo
Jeudi 21 septembre 2017 **2,20 €**

L'Auvergnat

de Paris

CAFÉS
HÔTELS
RESTAURANTS

Fondé en 1882 - N° 6793 - Nouvelle série N° 948 - 16, rue Saint-Fiacre 75002 Paris - Tél. 01 42 36 51 02 - Nelson Burton, directeur de la publication - Twitter : @auvergnat_paris

ÉDITO

Le jeu n'en vaut plus la chandelle

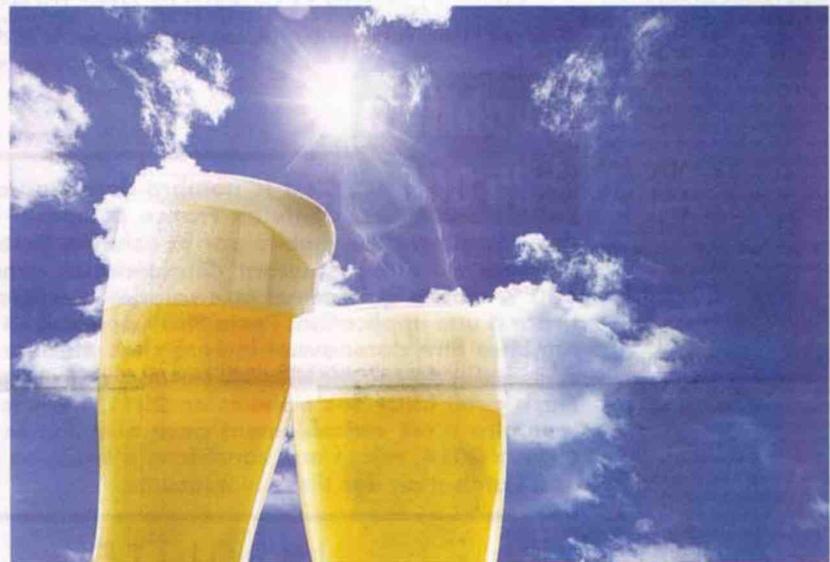
Un bond de 4,2 % des ventes de boissons dans le CHR ne constitue pas plus un signe de reprise durable que le passage d'une hirondelle fait le printemps. Mais il donne des raisons d'espérer à une profession qui peine à s'extraire de la crise depuis des années. Cette reprise est fragile, car sujette à la rechute en cas d'attentats, de soubresauts économiques, d'explosion sociale et même d'un zèle législatif mal contrôlé. Depuis des années, les entreprises du CHR jouent les équilibristes pour se maintenir en vie. Même si, dans la capitale, l'activité était un peu meilleure, depuis les attentats cette exception parisienne n'a plus cours. À juste titre, la CCI vient de dénoncer à son tour l'iniquité et le manque de mesure de la tarification des terrasses parisiennes. Il suffit qu'une activité devienne florissante pour que les fiscalistes essaient de la transformer en vache à lait. Il n'est pas question ici de dénoncer le prix des redevances de surface. Ils sont certes élevés, mais c'est la règle du jeu : une sorte de gagnant-gagnant pour les exploitants et la mairie. Mais lorsqu'il s'agit de taxer le chauffage ou les écrans de terrasse en vertu de principes écologique douteux, le jeu n'en vaut plus la chandelle. Ainsi, beaucoup de restaurateurs ont renoncé au chauffage ou contestent ces prix exorbitants devant les tribunaux, tout simplement parce qu'à ce tarif l'activité n'est plus rentable.

Jean-Michel Déhais

À LA UNE

Reprise de la consommation de boissons en CHR

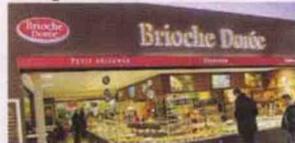
L'heure de l'embellie a sonné



Après des années difficiles, la croissance de la consommation de boissons a nettement rebondi au premier semestre 2017. Une météorologie favorable et un retour du sentiment de sécurité expliquent en partie ce phénomène. Mais les observateurs estiment que ces bons chiffres traduisent également une amorce de reprise durable.

Page 5

Repères



Le Duff s'apprête à conquérir le globe... p. 2



Claude Maret nommé président de la Fédération des fromagers de France... p. 2

Actualités
Droits de terrasse à Paris : la CCI demande la suppression des taxes additionnelles... p. 3

Alain Ducasse lance la 8^e édition de « Tous au restaurant » p. 3



Élections sénatoriales



Une offre très renouvelée... p. 4

Créations

The Butchers of Paname : la vie en rouge... p. 6

Équipements

Chauffages de terrasse : la température monte... p. 12

Fournisseurs

Meljac : le leader des interrupteurs écrit le deuxième tome de son histoire... p. 13



Terroir d'Auvergne

Gaëc de la ferme d'Aigue-Vive, des glaces au bon lait bio du Cantal... p. 14

Réussite

Roland Giscard d'Estaing, entre Estaing et Bayonne, son cœur balance... p. 16



MEIJAC

Le leader des interrupteurs écrit le deuxième tome de son histoire

Affichant une croissance de 17 % de son chiffre d'affaires en 2016, Meljac ne cesse de grandir. L'entreprise a repensé son organisation et créé un poste de directeur général.



André Bousquet, à droite, s'est adjoint les services d'un directeur général en la personne de Jean-Michel Lagarde.

Je dois dire que je commençais à me noyer dans l'activité, il fallait déléguer. C'est pourquoi Meljac a nommé un directeur général en la personne de Jean-Michel Lagarde. Nous allons écrire le deuxième tome de l'entreprise ensemble. Le troisième tome, c'est lui qui l'écrira », explique l'Aveyronnais André Bousquet, fondateur de l'entreprise Meljac qui conçoit et fabrique des appareillages électriques de luxe

(interrupteurs, prises de courant, thermostats, systèmes domotiques, sonnettes, lampes, etc.). André Bousquet, qui a donné naissance à Meljac (en référence à son village natal) en 1995, a profité des vingt ans de l'entreprise en 2015 pour préparer l'avenir et créer un poste de directeur général. La société, portée par une hausse significative de son activité, nécessitait en effet une nouvelle organisation. Quand on connaît le haut niveau d'exigence d'André Bousquet et la qualité des produits estampillés Meljac, on imagine aisément que le recrutement n'a pas été une mince affaire. « J'ai invité chaque candidat au poste à passer une journée avec moi au sein des ateliers. Finalement, c'est Jean-Michel Lagarde qui a retenu mon attention. Nous nous entendons à 100 % », confie André Bousquet. Celui-ci a connu un franc succès en se positionnant, au milieu des années 1990, dans le secteur du luxe. Dès lors, il fournit hôtels et restaurants en interrupteurs et prises de courant haut de gamme en laiton. Trop à l'étroit, Meljac s'implante dans une nouvelle usine, à Orly, en 2010. Revendiquant le label Origine France et une gamme de produits

dépassant largement le simple interrupteur, André Bousquet met en place dès 2013 un premier réseau de revendeurs agréés. L'Aveyronnais peut se targuer de travailler avec les plus prestigieux établissements. Le Meurice, l'hôtel de Crillon, Le George-V ou Le Bristol, sont autant d'institutions équipées par André Bousquet.

Croissance à deux chiffres

Après quelques années de stagnation, Meljac renoue avec la croissance et profite d'un secteur du luxe en plein boom. En 2015, le fabricant revendiquait déjà un chiffre d'affaires atteignant 6,51 millions d'euros. En 2016, celui-ci s'est établi à 7,6 millions, soit une croissance de 17 %. André Bousquet emploie aujourd'hui 65 salariés. « 2016 a sonné la reprise de la croissance et 2017 celle des investissements et de la refonte entière de notre site internet. Nous innovons sans cesse et créons chaque jour de nouveaux modèles grâce à notre atout : le sur-mesure qui représente 35 % de notre chiffre d'affaires. [...] L'activité bat son plein », se réjouit l'Aveyronnais. Jean-Michel Lagarde aura pour principale

mission de poursuivre cette bonne dynamique, notamment sur le marché français qui représente 54 % du volume d'affaires total de Meljac. « La croissance passe par l'hôtellerie. C'est un secteur porteur représentant 40 % de notre chiffre d'affaires sur le marché français », observe le nouveau directeur général. C'est à l'export que Meljac se développe également. Représentant 37 % du chiffre d'affaires, l'export est porté par les marchés suisse et américain (66 % de croissance pour ce dernier). Au total, les produits Meljac trouvent des débouchés dans près de 60 pays à travers le monde. Si l'expertise de la société s'est portée sur le secteur du CHR, Meljac propose aussi des produits à destination des particuliers. Elle a également apporté son savoir-faire à des chantiers plus insolites : la serrure de la prison de la Santé, désignée par Philippe Starck, a été fabriquée par Meljac. Jean-Michel Lagarde n'entend pas travailler dans l'ombre d'André Bousquet et affiche déjà des objectifs bien définis : atteindre 10 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020 et maintenir une croissance à deux chiffres à l'export. ■

Mickaël Rolland

GROCK

Le spécialiste des terrasses s'allie à Vauzelle

L'emblématique patron de brasseries Pascal Ranger, à la tête du Cirque, du Café H, de La Bouillabaisse (Saint-Tropez), de La Java et des Petites Écuries, s'est associé à Paul Andreï, entrepreneur qui pilote le fabricant Vauzelle. Si les tractations remontent à l'année passée, le partenariat est effectif depuis le mois de février. Pascal Ranger a repris, il y a plus de trois ans, les rênes de Grock (fabricant de mobiliers et de chauffages de terrasse). En véritable passionné, il est parvenu à dynamiser l'entreprise et doper les ventes. En 2016,



Grock a ainsi réalisé un chiffre d'affaires de 1,2 million d'euros hors taxes. Après avoir reconstitué une partie des équipes de Grock (11 salariés), Pascal Ranger a donc cédé une partie des parts de l'entreprise à Vauzelle. « Je voulais redonner une dynamique et gagner en qualité en ce qui concerne, par exemple, nos chaises, développe Pascal Ranger, 55 ans. Nous parlons de produits bénéficiant d'une fabrication 100 % française qui n'ont pas à rougir devant de célèbres fabricants, tels Drucker et Gatti. ». L'alliance des deux entreprises a déjà donné naissance à de nouveaux produits, à l'instar de la chaise Arletty, fabriquée en bois de châtaigner. De nombreux modèles ont bénéficié d'un lifting. Par ailleurs, les délais de livraison ont été considérablement raccourcis : les tables sont livrées en cinq semaines et les chaises en sept semaines, contre huit auparavant. Enfin, le poids de certaines tables a été réduit de deux kilos, une contrainte en moins pour le personnel de salle. ■

Pascal Ranger présente les modèles de la dernière collection.

CARAVITA®

Parasols et voiles d'ombrage exclusifs

5 ANS GARANTIE

Commandez notre catalogue gratuit! +49 8458 603 89 28

Best of houzz 2016 SERVICE

Parasols haut de gamme pour la restauration et l'hôtellerie

bienvenue@caravita.eu | www.caravita-parasols.com

BIG BEN dans le tunnel aérodynamique

youtu.be/A6T9uWoD8YE

 Vos CCTP sur-mesure en quelques clics
avec l'appli web de  **RHEINZINK** [Essayez l'application](#)

Meljac mise sur le marché de l'hôtellerie et l'export

Actu Fabricant Par **Batinfo** le 27/06/17
Source : AFP

 Recevez gratuitement l'Hebdomadaire du Bâtiment [Je m'abonne](#)

[#Immobilier](#) [#Électricité](#) [#In](#)
[#Résultats](#) [#Hôtel](#)



Le fabricant français d'interrupteurs de luxe Meljac table sur l'exportation et le marché de l'hôtellerie pour poursuivre sa croissance, après avoir enregistré une forte reprise de son activité en 2016.

"On a repris la dynamique" en 2016, a résumé le directeur général Jean-Michel Lagarde, jeudi devant la presse. Le chiffre d'affaires du groupe avait diminué en 2014, puis stagné en 2015, avant de rebondir de 17% l'année dernière pour atteindre 7,6 millions d'euros.

L'enjeu pour Meljac va être de "tenir un rythme de 8 à 10% par an avec deux moteurs: l'export et l'hôtellerie", a indiqué M. Lagarde. L'objectif est d'atteindre les 10 millions d'euros en 2020.

En 2016, les ventes en France (54% du chiffre d'affaires total) ont progressé de 15%.

"La reprise s'est faite beaucoup à travers l'hôtellerie" après une période "attentiste" notamment dans le contexte des attentats d'une concurrence plus vive, a expliqué le directeur général.

La société a réalisé plusieurs chantiers dans l'hôtellerie très haut de gamme (Meurice, George V à Paris) et d'autres sont en cours (Park Hyatt et Crillon à Paris, Nomad à New York, Four Seasons à Miami).

Meljac y installe des interrupteurs et des prises, mais aussi des habillages de mécanismes (alarmes, systèmes domotiques, climatisation).

"L'hôtellerie de luxe est une vitrine pour nous", souligne M. Lagarde, car la clientèle des palaces peut avoir envie d'équiper son domicile.

Le marché hôtelier n'est pas majoritaire en France, où il pèse de 30 à 40% des ventes, contre 60 à 70% pour la rénovation et le résidentiel.

M. Bousquet insiste aussi sur le "Made in France" avec un label obtenu en 2012. Meljac fabrique ses produits en région parisienne.

L'année 2016 a été également bien orientée à l'exportation (37% du chiffre d'affaires) avec une croissance de 20%.

Les premiers marchés de Meljac sont la Suisse, la Russie et l'Italie, mais le groupe s'est aussi récemment développé aux Etats-Unis et au Royaume Uni. Ces deux pays sont des priorités pour le groupe qui vise une croissance à deux chiffres à l'international.



Actualités



La transformati en baisse de ch pourrait créer emplois (OFCE)
10h20



Suppression du indépendants p nouveau mc calcul de leurs c
09h08



Plan Climat/Bât ans pour éradic "passoires ther promet Hulot
06/07/17



Le parisien **Meljac** mise sur le design et les matériaux nobles pour sa multiprise

Le parisien **Meljac** mise sur le design et les matériaux nobles pour sa multiprise : "Pour chacune de nos innovations, nous avons à l'esprit de conjuguer la qualité et l'esthétique", explique André Bousquet, le président et fondateur de la société **Meljac**, leader mondial des appareillages électriques de luxe. Fabriqués dans des matériaux nobles, ses interrupteurs, prises et autres lampes, équipent palaces et magasins de luxe. Sa dernière fierté : le "Z". Présenté fin septembre au salon Architect@work à Paris, il s'agit d'une console multiprise pouvant accueillir sur sa face avant, et selon le choix du client, plusieurs catégories de prises (courant, RJ 45, USB) et de commandes, voire un écran de contrôle pour piloter divers équipements. Au design soigné, ce véritable tableau de bord fabriqué en laiton n'a pas été construit pour être encastré, mais pour être déplacé. "À condition évidemment de disposer des connexions nécessaires à son fonctionnement", précise André Bousquet. Le Z, qui tire son nom de sa silhouette, est né dans le cerveau fertile d'André Bousquet qui reconnaît "réaliser un dessin par jour". Il a tout de même fallu dix-huit mois d'efforts et de collaboration avec le cabinet d'architecture Wilmotte pour concrétiser ce projet. L'angle entre la base et la face avant du Z a été particulièrement étudié afin que le métal, une fois travaillé, conserve l'aspect attendu.

..... La PME parisienne de soixante-cinq salariés, dont cinq ingénieurs et techniciens, investit 5 % de son chiffre d'affaires (7,6 millions d'euros en 2016) en R & D. **Meljac**, dont les deux ateliers de fabrication sont en Ile-de-France, est la première entreprise de son secteur à avoir obtenu le label Entreprise du patrimoine vivant (EPV). Elle diffuse son savoir-faire "made in France" à travers 60 pays. Patrick Désavie

GALVANOORGANO

TRAITEMENT DE SURFACE & PEINTURE #857 • Juin/Juillet • 2017



Générateur de Solutions

Retrouvez nous sur www.micronics.fr

CUSTOMER
FRIENDLY
SUPPORT
INNOVATIVE
POSITIVE
PRECISE
TIMELY



Redresseurs de Courant

Alimentations Stabilisées

Générateurs Pulsés

DOSSIER P 22

Automobile



ÉVÉNEMENT P 6

Joyeux anniversaire
à Coventya !

ENQUÊTE P 40

Formation



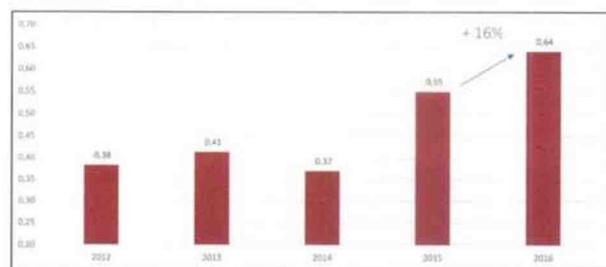
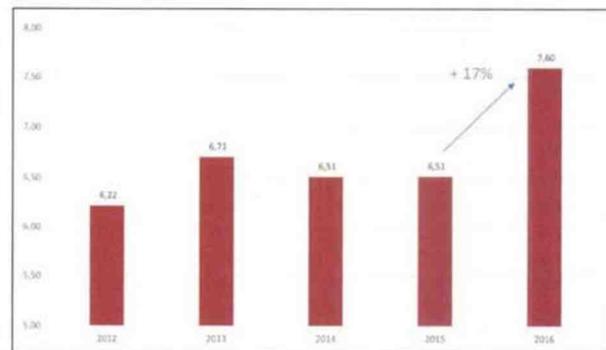
BILANS-PERSPECTIVES

Meljac, une croissance assurée

Le leader des interrupteurs haut de gamme dresse un bilan positif de son activité en 2016 et retrouve sa dynamique. L'entreprise française atteint un chiffre d'affaires de 7,6 M€ et annonce des objectifs ambitieux portés par l'innovation, l'hôtellerie et le développement international.

L'activité bat son plein et de belles perspectives s'offrent à Meljac. André Bousquet, président fondateur de l'entreprise, plante le décor : « 2016 a sonné la reprise de la croissance et 2017 celle des investissements et de la refonte entière de notre site Internet. Nous innovons sans cesse et créons chaque jour de nouveaux modèles grâce à notre atout : le sur-mesure, qui représente 35 % de notre CA. C'est ici le secret de notre réussite. Cette passion qui anime chacun de mes 65 collaborateurs a permis de maintenir le cap en période difficile et les fruits de ce travail sont aujourd'hui bien concrets ». Dans les détails, l'année 2016 a été marquée par la reprise de grands chantiers de construction ou de rénovation, en particulier dans l'hôtellerie. La croissance de Meljac s'explique également par sa stratégie de développement international, avec des retombées commerciales progressives notamment suite à l'intro-

duction sur les marchés anglo-saxons il y a deux ans. Le CA 2016 affiche donc 7,6 M€ (+17 %) avec une augmentation de +15 % du chiffre en France (+7 % en prises de commandes) et +20 % à l'export (+36 % en prises de commandes). L'objectif est de maintenir une évolution constante et de dépasser 8 M€ de CA en 2017. L'entreprise vise un taux de progression moyen de +8 à 10 % par an pour atteindre les 10 M€ d'ici 2020. L'entreprise est confiante pour son avenir, Jean-Michel Lagarde, directeur général de Meljac, explique : « Notre fabrication française nous appuie de manière significative à l'international. Fort de notre position de leader sur le marché français, notre objectif reste de faire de la marque une référence incontournable au-delà des frontières, là où il existe encore de nombreux marchés potentiels pour notre activité de niche » ; l'international est un levier majeur. Actuellement, Meljac con-



En haut - Évolution du CA en M€ : +17 % de croissance en une année. Source : Meljac

En bas - Évolution du CA traitement de surfaces en M€ : +16 % en une année. Source : Meljac

centre son développement commercial sur les marchés anglais (+119 % en 2016) et américain (USA) (+66 % en 2016) qui représentent un véritable relais de croissance. L'entreprise étudie l'opportunité d'une nouvelle expansion internationale sur des marchés porteurs tels que l'Asie et l'Amérique du Sud et l'Amérique centrale.

L'innovation, un axe de développement prioritaire

L'innovation demeure le facteur de croissance le plus important pour Meljac. Ainsi, 5 % du CA sont consacrés à la R&D, avec cinq ingénieurs et techniciens qui conçoivent et élaborent chaque année de nouvelles solutions combinant performance et design. Des projets sont en cours pour le lance-

ment de nouvelles lignes de produits.

L'entreprise se donne les moyens et performe son outil industriel. Parmi les investissements, une nouvelle machine de découpe, de nouvelles finitions or. Avec son atelier de traitement de surface dédié à la finition des pièces, Meljac offre à ses clients une qualité de service pour répondre par exemple aux commandes de petites séries ou à la retouche des pièces installées chez ses clients (robinetterie, interrupteurs ou métallerie). Bref, un atelier d'excellence avec un savoir-faire au service des collections Meljac ; une activité qui a augmenté de 16 % en une année et constitue 8 % du chiffre d'affaires de l'entreprise. ■



Jean-Michel Lagarde, à gauche, et André Bousquet.

CARNET DE PROJETS

ARCHITECTURE ET ARCHITECTURE D'INTERIEUR
INSPIRATION ET SOLUTIONS INNOVANTES

DOMODECO

L'APPAREILLAGE DANS SON PLUS BEL APPARAT

CONCEPTEUR ET FABRICANT D'APPAREILLAGE ÉLECTRIQUE DE LUXE, MELJAC MÊLE DEPUIS PLUS DE 20 ANS, ORFÈVRE ET TECHNOLOGIE DE POINTE. SON SAVOIR-FAIRE, LABELLISÉ ORIGINE FRANCE GARANTIE, S'INSCRIT DANS LA MAIN DE L'HOMME, À MÊME DE TRANSFORMER CHAQUE CRÉATION EN UN OBJET PRÉCIEUX DÉDIÉ À L'UNIVERS DE LA DÉCORATION ET DE L'ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR.



Savoir-faire français

Regard visionnaire

L'histoire de l'entreprise Meljac est intrinsèquement liée à son fondateur, André Bousquet, tant par sa vision avant-gardiste que par ses valeurs humaines. Gravitant dans l'univers de l'installation électrique, il crée Meljac (en hommage à sa commune d'origine), stimulé par un simple constat observé au fil des chantiers : le manque d'esthétique dans le choix des appareillages électriques. Meljac naît en 1995 et avec elle, l'ambition de produits novateurs mariant process artisanal, fonctionnalité, matériaux nobles et design d'exception, qui n'ont pas manqué de séduire les professionnels de l'habitat. Dès les prémices, André Bousquet se distingue notamment en réinterprétant le levier « goutte d'eau », aujourd'hui emblème de la marque. Depuis, la marque représente fièrement l'expertise tricolore dans plus de 60 pays via des distributeurs agréés, portée par 65 femmes et hommes réunis autour d'un savoir-faire et d'une philosophie que l'on peut aisément qualifier de familiale.

EPV, en 2015. Maîtrisant chaque palier de production, Meljac développe des gammes standards mais répond surtout à une forte demande de réalisations sur-mesure, qui fait sa renommée. Plus que des appareillages, Meljac propose de véritables solutions à travers une palette exponentielle de mécanismes, de combinaisons d'équipements et d'habillages. La personnalisation est devenue une marque de fabrique, valorisée par son bureau d'étude et une démarche de conseils. Grâce à son expérience pointue, les créations répondent à tous les domaines architecturaux, hôteliers, tertiaires et résidentiels. À l'avant-garde des innovations, Meljac est à l'origine de nombreux brevets et exclusivités, qui assoient sur le marché son titre de leader. La marque conçoit des produits d'exception adaptés

aux exigences contemporaines : sonnerie électrique, interphones, liseuses tactiles, solutions domotiques, thermostats, lecteurs/programmateurs Smart Card pour l'hôtellerie, jusqu'à l'habillage de systèmes multimédia sophistiqués tels que les mediaHub ou les connectiques USB, HDMI... À cela s'ajoute un éventail de finitions raffinées et de matériaux nobles : laiton, verre trempé, porcelaine de Limoges ou même des pierres semi-précieuses.

À Lyon, le show room en nom propre, dédié aux professionnels et aux particuliers, offre l'ensemble du savoir-faire et de l'expertise de la marque, emmené par un accompagnement pour la réalisation de projets à forte valeur ajoutée.

Excellence et solutions sur-mesure

Au sein des deux ateliers de production, situés en région parisienne, chaque création est façonnée à la main : l'aboutissement de nombreuses compétences et étapes de fabrication : étude, usinage, gravure, chanfreinage, pose d'inserts, estampillage, polissage, traitement des plaques et des vis, brossage, vernissage et montage, jusqu'au conditionnement du produit. Un process particulièrement minutieux salué par le label

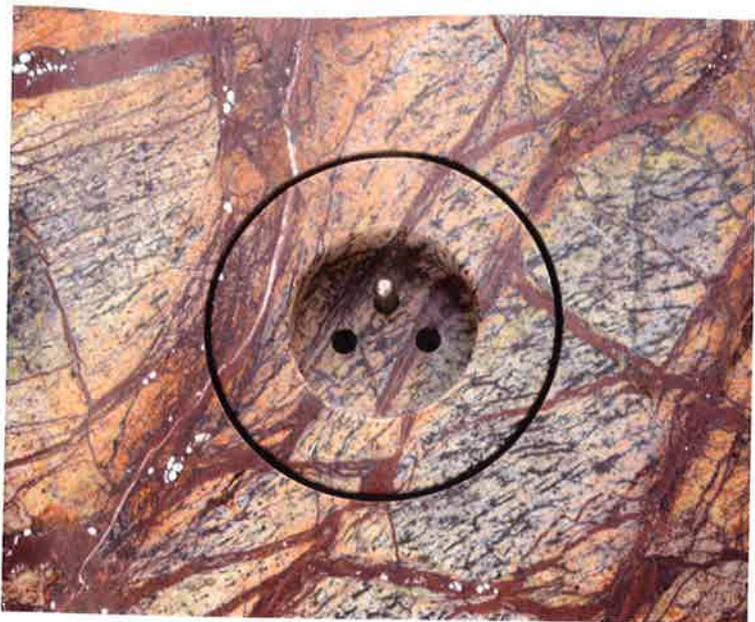


Suite Pompadour, Palace Le Meurice (Paris)

MELJAC

5 rue Charles Dullin - Lyon 2^{ème} - 04 78 38 37 72
www.meljac.com





PRODUIT / MARQUE : Lap[®]is Forest brown / Van Den Weghe

DESCRIPTIF : Prise en pierre taillée dans la masse, finition Forest Brown. Veinage continu. Fond de prise de 2mm d'épaisseur résistant à la torsion et au tirage de la fiche. La partie métallique de la fiche de terre est disponible en finition brillante, satinée ou mat, en fonction de la finition de la pierre. Réalisée sur-mesure.

www.vandenweghe.be

Deseo / Basalte

DESCRIPTIF : Room controller, compatible norme domotique internationale KNX, permettant avec un menu tactile de contrôler via un seul élément, les **fonctions électriques d'une même pièce : thermostat, volet, store, lumière**, et même le système multiroom audio. Écran OLED 1,7 pouces. Dimensions 80 x 80 x 8 mm. Ici, nouvelle finition fer forgé rose.

www.basalte.be

Liseuse tactile / Meljac

DESCRIPTIF : Solution d'éclairage de tête de lit tactile, à LED avec variateur de lumière, mêlant électronique de pointe et finitions pointues à la main. Fabriquée en France, en bronze, laiton et polycarbonate. Disponible dans une gamme de 25 finitions. Dimensions plaque 80 x 115 x 3 mm, tête 67 x 20 x 19 mm, flexible 250 mm.

www.meljac.com

déco française

design | habitat | environnement

Pleins feux sur

- Des escaliers design
- Les nouveaux chauffages à granulés
- Les peintures 'bien-être'

Visite guidée

L'Ibiza aux Deux Alpes

UN INTÉRIEUR DE RÊVE !

CUISINES, LUMINAIRES, SALLES DE BAINS, CHAMBRES...
ON VOUS DIT TOUT SUR LES TENDANCES 2017 !

L 15984 - 24 - F: 3,90 € - RD



MF



□ Habillage thermostat en laiton Meljac. |

© Meljac

Le style jusqu'au moindre détail !

La décoratrice Sarah Lavoine s'est vue confier le stylisme du Roch Hôtel & Spa. Dans ce Palace, la professionnelle a su marier le chic et le contemporain, jusqu'à l'appareillage électrique haut de gamme de marque Meljac.



ernier né des établissements de la Compagnie Hôtelière de Bagatelle, le Roch Hôtel & Spa 5*, qui vient d'être nommé Palace, situé en plein cœur de Paris (1^{er}), a confié son design à la décoratrice parisienne Sarah Lavoine. Sous sa houlette, les 32 chambres et suites incarnent avec brio le mariage de l'élégance et du chic parisien, pour offrir des prestations de luxe.

Chaque pièce est unique !

Meljac, réputé pour ses interrupteurs haut de gamme et présent dans de nombreux hôtels et palaces, signe l'appareillage électrique du 5 étoiles parisien. Interrupteurs, boutons poussoirs avec gravures, prises de courant, USB, HDMI, RJ, lecteurs de cartes, habillages de climatisations, contrôles de volumes, liseuses Tulipe... les modèles en laiton massif de la collection Classique ont été réalisés dans la finition Canon de fusil anthracite, obtenue grâce à un travail manuel de précision. Matériaux nobles, finitions à la main et savoir-faire français... au service de l'hôtellerie de luxe.



□ Habillage en laiton de lecteur de carte et interrupteur Collection CLASSIQUE (laiton, avec boutons poussoirs) avec gravures Meljac. |



□ Liseuses Tulipe, en laiton Meljac. |

Un vrai savoir-faire français

Créée en 1995 par André Bousquet, l'entreprise Meljac conçoit des appareillages électriques de luxe à partir de matériaux nobles. Avec une dizaine de collections, Meljac offre aux architectes, décorateurs, électriciens, particuliers... un large éventail de solutions, avec des interrupteurs, des prises de courant, des lampes à poser, des liseuses, des thermostats ou encore des systèmes domotiques. Egalement réputée pour ses réalisations sur-mesure, la marque a obtenu en 2012 le label 'Origine France Garantie' pour ses produits en laiton et ses liseuses et est devenue en août 2015, la 1^{ère} entreprise de son secteur d'activité à obtenir le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant).



► 1 février 2017

S

hopping



□ «The Open Cube»
de Kelly Hoppen, à partir
de 560 €. |



□ Interrupteur, collection PIERROT en
verre trempé épaisseur 6 mm, levier
goutte d'eau. Meljac. |

□ Coussin Honneurs,
Christian Lacroix Maison pour
Designers Guild, 99 €. |



□ Fauteuil club vert, L 79 x P 105 x H 84, 64 cm,
349 €. www.kavehome.com |



Le vert, couleur de l'année !

La teinte Greenery vient
d'être désignée par Pantone
couleur de l'année
Alors, tous au vert, en 2017



Meljac, fabricant français d'interrupteurs haut de gamme, affiche un chiffre d'affaires en progression de 17% en 2016, soit 7,6 millions d'euros. Un bilan positif dû à la reprise de grands chantiers de construction et de rénovation, en particulier dans le secteur de l'hôtellerie. Une dynamique retrouvée qui l'amène en 2017 à investir notamment dans la refonte totale de son site internet.

49

2,90 €

Maison actuelle

MARS-AVRIL 2017

DÉCORATION • DESIGN • MOBILIER • MAISON BOIS • ÉVASION

Déco - Réno

repenser votre habitat

LITERIE

nos idées pour un sommeil
très plus ultra

SALLE DE BAINS

Votre salle de bains
se refait une beauté

CUISINE

Bien s'équiper
pour bien cuisiner

Extérieur - Jardin : le Printemps entre dans votre jardin

+ Nos pages de shoppings
et toutes les tendances

L 15011 - 49 - F. 2,90 € - RD

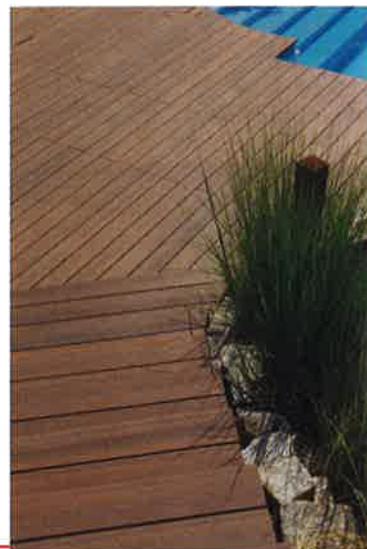


Sélection Maison Actuelle



« Neowood UltraProtect® » Terrasse en bois composite coextrudé garantie 25 ans*. La beauté du bois et le confort du composite enfin réunis ! La formule brevetée UltraProtect® appliquée par coextrusion, forme un bouclier à 360 degrés autour de chaque lame de bois composite, leur apportant une résistance et une durabilité exceptionnelles aux UV, taches et liquides. Au toucher comme à l'oeil, l'inspiration de la nature est totale : la texture unique de bois structuré prend toute sa dimension dans les teintes naturelles ipé, teck, noyer. C'est également un aménagement durable, avec des lames composées de produits recyclés sélectionnés : 55 % de fibres de bois mélangées à 45 % de PEHD (déchets plastiques ménagers). La pose est simple et rapide tout comme l'entretien.

www.neowood.fr



Pour la toute première fois, découvrez la nouvelle plateforme mondiale et digitale Club Med. Imaginée et développée par les équipes Club Med avec l'agence FRED & FARID, la nouvelle plateforme surnommée « Playground » adopte les nouveaux comportements et les nouveaux usages sociaux. Avec une narration très émotionnelle et authentique, vivez l'expérience Club Med à travers des films, des vidéos capsules de 15 secondes. Cette toute nouvelle plateforme Club Med « Vous étonner » / « Amazing you » incarne le double engagement de la marque depuis sa création en 1950 : être au service du client et lui permettre de se redécouvrir soi-même avec ses proches.

www.web.babbler.fr/brand/show/club-med-france



Élu Maître Jardinier en décembre 2015, dans le cadre du Carré des Jardiniers, Sylvère Fournier est un professionnel hors norme. Jardinier Paysagiste depuis plus de 20 ans, il crée des jardins résolument différents et parfois déroutants. Découvrez les réalisations et le travail de Sylvère Fournier sur www.passionjardin13.com. Rendez-vous sur le Salon Paysalia en Décembre prochain pour découvrir le nouveau Maître Jardinier 2017.

www.paysalia.com

Parce que nous offrir le meilleur de la nature est la vocation de Fleurance Nature depuis plus de 40 ans, la marque lance une gamme de savons au lait d'ânesse certifiés BIO. 4 petits pains fabriqués selon le procédé de saponification à chaud dans lesquels le lait d'ânesse est ensuite ajouté à froid lors de la fabrication finale. Un geste authentique et une formulation toute douce qui veille au confort et à la souplesse de la peau. Nature, Lavande, Rose ou Verveine, il ne reste plus qu'à se faire mousser

avec la délicate senteur naturelle que l'on préfère !

Pain de 100 g – 4,90 €

www.fleurancenature.fr



Après le carré et le polygone, Cuir au Carré revisite la rayure dans un style ethnic chic.

Descendant d'une famille de maroquinier établie en 1976, Cyril Amand exprime sa passion pour le cuir en fondant Cuir au Carré en 2008. Alliant à la fois savoir-faire incomparable et créativité, les dalles Cuir au Carré sont les témoins du chic français authentique. Ces réalisations uniques et sur mesure font de l'entreprise le leader français du revêtement mural en cuir.

Retrouvez l'ensemble des collections sur www.cuiraucarre.com

Kartell fête les 50 ans des Componibili d'Anna Castelli Ferrieri, l'un des objets les plus emblématiques de la marque et à la fois best-seller et long-seller absolu depuis 1967, année de son lancement au Salon du Meuble de Milan. En hommage à cet anniversaire important, Kartell a présenté dans son flagship store de Paris, du 20 au 24 janvier 2017, l'installation spéciale « Les tours du design ». Componibili a partagé la vedette avec quelques autres « colonnes portantes » du monde Kartell comme La Bohème de Philippe Starck, Sparkle de Tokujin Yoshioka, Pilastro de Sottsass, Stone de Marcel Wanders, Optic de Patrick Jouin.

www.kartell.com



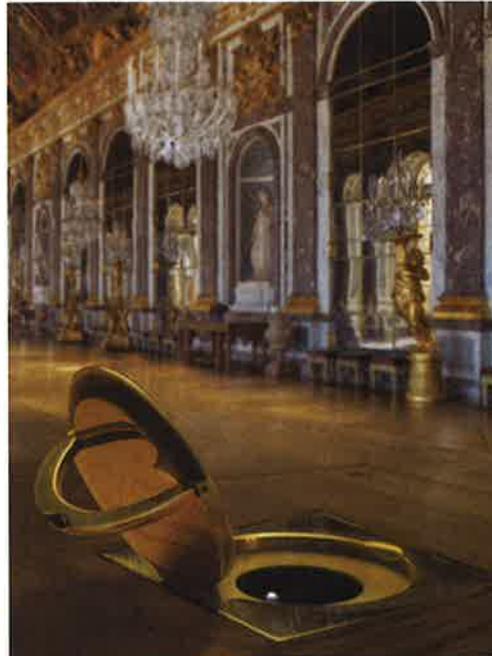
Méduse® - Printemps poudré !

Le Printemps arrive et ses envies de douceur aussi ! Méduse®, la marque de chaussures en PVC moulé Made in France propose de jolis coloris pastel dans sa collection Printemps 2017. Du lavande, du vieux rose, du vert amande... des tons doux et poudrés qui habillent nos tenues de fraîcheur et de légèreté !

Jumpy – 45 € du 30 au 42

Camaro – 32 € du 36 au 42

www.meduse.co



MELJAC, leader sur son marché, conçoit et fabrique des appareillages électriques de luxe (interrupteurs, prises de courant, thermostats, systèmes domotiques, sonnettes, lampes à poser, spots et liseuses, etc.). Elle réalise également des solutions sur mesure. La marque offre un large choix de produits, avec divers formats et finitions, en matériaux nobles tels que le laiton, le verre, la porcelaine de Limoges, et même des pierres semi-précieuses... En mariant esthétique et technologie, MELJAC séduit aussi bien les architectes et décorateurs que les électriciens, particuliers, etc. Qualité irréprochable, design épuré, sobre et intemporel, finitions raffinées... tels sont les maîtres-mots des créations signées MELJAC.

www.meljac.com



AU CHÂTEAU DE LA FERTÉ
SUD CÔTE CHALONNAISE (71)

ENTRÉE 4€ / GRATUIT JUSQU'À 16 ANS



Placées parmi les plus importants rendez-vous des passionnés de plantes et jardin, les 14^e Journées des Plantes Rares et jardin d'agrément auront lieu les 22 et 23 avril 2017 dans un haut lieu du patrimoine français : le Château de La Ferté, sur la commune de Saint-Ambreuil en Saône-et-Loire. Situé à 10 kms de Chalon-sur-Saône (sortie autoroute Chalon-sud), ce sont 120 exposants issus en majorité de France, mais aussi d'Italie, de Belgique et d'Allemagne, qui se donneront rendez-vous dans ce cadre magnifique.

L'accent est mis sur les producteurs, la biodiversité et le respect de l'environnement en général. Des ateliers pédagogiques sont organisés, des conseils sont donnés sous forme de conférence ou directement auprès des exposants.

L'ambiance est très conviviale dans un cadre idyllique !

Bien entendu de nombreux parkings, ainsi que des navettes (gratuits), (dont un parking pour personnes à mobilité réduite) sont mis à la disposition des visiteurs.

La restauration sur place est possible, soit sous forme de restauration rapide, soit plus élaborée dans la salle du Réfectoire des Moines de l'Abbaye du Château.

Vous pouvez réserver vos repas à l'avance sur notre site ou directement sur place.

Les chiens tenus en laisse sont acceptés.

Les horaires : samedi 22 avril : de 9h à 18h30 et dimanche 23 avril de 10h à 18h.

Un service « brouette » pour le transport des marchandises est mis à la disposition des visiteurs.

Entrée : 4 euros, gratuit pour les moins de 16 ans.

www.foireauxplantes.fr

INFOS

- > Réception TV
- > Distribution TV & réseaux
- > Sécurité électronique
- > Intégration Audio/Vidéo
- > Domotique & Smart Home

KIOSQUE

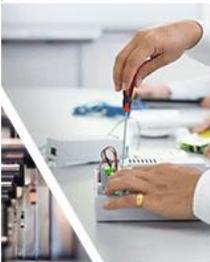
- > Abonnements
- > Vente au numéro



Enregistrez-vous pour un atelier de formation GRATUIT

Paxton

Plus de 30 ans d'expérience industrielle



www.paxtonaccess.fr

ARTICLES RÉCENTS

- > Le savoir-faire Meljac au service de l'hôtellerie de luxe
- > Francofa Eurodis poursuit ses JPO
- > La SBA dévoile son Manifeste II ouvrage de

Le savoir-faire Meljac au service de l'hôtellerie de luxe

23 mars 2017 | [Infos](#), [Non classé](#), [Smart Building](#) | [Sans commentaires](#)



MELJAC, spécialiste de l'appareillage mural électrique d'exception, équipe chaque chambre du palace parisien *Le Meurice* de multiprises *Pyramide*. Une création qui porte l'impérissable griffe de la marque, alliance de matériaux nobles et de design authentique.

Meljac a réalisé un modèle personnalisé de sa multiprise pyramidale pour *Le Meurice*. Développé en partenariat avec le palace, cet objet en laiton apporte la touche supplémentaire d'élégance et d'originalité aux bureaux présents dans les chambres.

La forme de cette multiprise rappelle celle de la célèbre pyramide du Louvre, située à quelques pas de *Le Meurice*. Fabriquée en France, la Pyramide Meljac fait appel au savoir-faire reconnu de la marque.

Les quatre faces accueillent une prise électrique, une prise USB, un interrupteur et le logo gravé du Meurice.

Cette création d'exception est traitée soigneusement à la main en « Bronze Médaille Clair ». Meljac a également conçu l'ensemble des appareillages électriques de la suite Pompadour (interrupteurs, prises, liseuses, numéros de chambres...). Prix public conseillé à partir de 860 euros H.T. www.meljac.com



La pyramide Meljac est une création d'exception de la PME atypique proche de l'artisanat d'art.

[Appareillage électrique](#), [hospitality](#)

ABONNEZ-VOUS



RECHERCHE

Chercher dans le site ...

CATÉGORIES

- > Offres d'Emploi
- > Audiovisuel
- > Distribution TV & réseaux
- > Domotique & Smart Home
- > Formations
- > Intégration Audio/Vidéo
- > Réception TV
- > Sécurité électronique

MOTS-CLEFS

4K Affichage dynamique Antennes
Antenniste anti-intrusion Audiovisuel
caméra chaîne TV contrôle d'accès
distribution domotique Energie Fibre
optique FTTH Home Cinema hospitality Internet
par satellite Interphonie Intégration
IPTV IT Lighting M2M Maîtrise
énergétique MPEG-4 métiers
Objets connectés Réception TV
Réseaux salon Smart
Building Smart Grids Smart
Home stockage de données Sylver Economy
Sécurité électronique TNT

TOURISME**L'Urdh entrel piser de tout
sen peñs**

« Sen arrenn peñs a arrenn arrenn
 gwalennet mat, mat arrenn arrenn.
 Tker arrenn arrenn arrenn arrenn
 mat, mat arrenn arrenn arrenn
 arrenn arrenn arrenn arrenn arrenn
 arrenn arrenn arrenn arrenn arrenn »

**RÉNOVATION****Le Publiobugstere
se réinvente
dans la tradition**

En l'honneur du centenaire du
 Dupirec Publiobugstere
 arrenn arrenn arrenn arrenn
 arrenn arrenn arrenn arrenn arrenn

55 009
exemplairesMou
arrenn
arrenn

N° 44 | 100 000

RESTO ZEPROS

MOMENT DE CONSOMMATION

Le petit déjeuner fait sa toilette !



Arrenn arrenn arrenn arrenn arrenn
 arrenn arrenn arrenn arrenn arrenn

APPAREILLAGES
ÉLECTRIQUES**Meljac****au sommet**

Meljac affiche une progression de 17 % en 2016. Le leader des interrupteurs haut de gamme a atteint un CA de 7,6 M€ et annonce des objectifs ambitieux portés par l'innovation, l'hôtellerie et le développement international. L'entreprise, qui réalise 40 % de son chiffre d'affaires dans l'accomplissement de projets hôteliers comme cette année le Crillon et le Park Hyatt à Paris, vise à maintenir une évolution constante et à dépasser 8 M€ de CA en 2017.



Cet artisan fait des accessoires électriques des œuvres d'art

Le grand public ne connaît pas MelJac ou plutôt, il connaît cette marque sans le savoir. Cette PME française équipe les plus beaux bâtiments du monde d'interrupteurs, de lampes, de liseuses, de boîtiers de contrôle, de prises électriques haut de gamme. Parmi ses références, l'Hôtel Meurice, le Château de Versailles, le Musée du Louvre, le siège de Cartier, le magasin parisien de Van Cleef & Arpels, mais aussi le domicile de stars du show-business, du sport ou de l'économie. La société ne peut pas citer le nom de ses clients, mais selon nos informations, le domicile de Steve Jobs, la demeure de Jonathan Ive, le designer d'Apple, et celle qu'habitaient Brad Pitt et Angelina Jolie sont équipés par cette petite société française. Ils ont tous choisi ces produits parce qu'ils incarnent une élégance simple et tellement discrète qu'on ne la remarque pas. Tout le contraire du "bling bling". La dernière création de MelJac est cette pyramide de cuivre qui abrite des prises électriques et USB. Cette œuvre d'art a été réalisée et personnalisée pour les suites de l'Hôtel Meurice. MelJac est une "maison", comme on le dit pour les entreprises du luxe. Elle a été créée en 1995 par André Bousquet, un électricien autodidacte qui travaillait pour des architectes et des designers de renom (Jean-Michel Wilmotte ou encore Philippe Starck) en déplorant un certain manque d'exigence pour les accessoires électriques. À l'époque, c'était un atelier quasi artisanal de la banlieue parisienne et il le serait toujours aujourd'hui si un événement imprévisible n'avait pas tout chamboulé. "Lors d'une grande tempête, un arbre s'est écroulé sur l'atelier et a presque tout détruit. Plutôt que de reconstruire à l'identique, nous nous sommes agrandis et nous avons monté d'autres sites", a raconté André Bousquet à [BFMBusiness.com](#). Le made in France, une valeur industrielle. Aujourd'hui, l'entreprise emploie 65 salariés, dispose de plusieurs sites en France (en banlieue parisienne et à Lyon) et d'un show room à Paris. Elle réalise un chiffre d'affaires de 6,5 millions d'euros (dont 37% à l'export), et son dirigeant met un point d'honneur à ce que ses produits, qu'ils soient de série ou sur mesure, soient made in France. "J'entends souvent que la fabrication française dans les produits techniques haut de gamme est impossible, qu'il faut travailler hors de France pour gagner sa vie, que les compétences sont trop chères. Ce ne sont que des préjugés qui ne reposent sur rien de sérieux", nous a expliqué le dirigeant. En effet, l'ensemble du processus de production depuis la conception jusqu'à la distribution en passant par l'usinage, le traitement et le polissage des surfaces métalliques est effectué dans les unités de MelJac installées à Orly, Villeneuve-le-Roy ou Neuilly Plaisance. "C'est un véritable défi pour former des techniciens, car il existe de moins en moins d'écoles pour le travail du métal", signale André Bousquet qui indique que pour former un bon polisseur, il faut au moins quatre ans. "C'est un métier de passionnés qui contrairement à ce que l'on pense, attire les jeunes qui découvrent un aspect du luxe qu'ils ne soupçonnaient pas et sont fiers de voir les produits qu'ils ont créés dans les plus beaux monuments de Paris". Son unité de polissage s'est forgé une telle réputation qu'elle travaille désormais pour d'autres univers du luxe ou de la création. À elle seule, elle assure près de 10% du chiffre d'affaires de l'entreprise. "On fait des objets de plus en plus divers comme des réservoirs de motos customs, des objets d'art ou des pièces mécaniques de prestige, mais l'une des plus originales que nous avons réalisées est cette serrure de cuivre pour la prison de la Santé qui a été créée par Philip Starck", nous a dévoilé André Bousquet. Une entreprise du "patrimoine vivant". Mais évidemment, la spécialité de MelJac repose sur les équipements électriques dont l'évolution technologique imposée par la domotique (avec le pilotage par smartphone) et des normes propres aux différents pays nécessitent d'adapter chaque modèle et de faire de plus en plus de sur mesure. Mais la petite entreprise a aussi formé un réseau international de revendeurs et d'électriciens agréés capables de commercialiser ce savoir-faire et d'installer prises et interrupteurs dans les règles de l'art. Une organisation qui est à l'image des maisons françaises de haute couture. "Il ne s'agit pas de gâcher le travail en posant un appareil de travers ou en le connectant mal", précise l'artisan qui en 20 ans a transformé de simples appareillages électriques en œuvres d'art. MelJac est entré il y a deux ans dans le cercle restreint des artisans qui ont reçu le label d'État "Entreprise du patrimoine vivant". Plus qu'une récompense, une reconnaissance nationale.



Cet artisan fait des accessoires électriques des œuvres d'art Toutes les prises électriques ne se ressemblent pas. MelJac, une PME créée il y a 20 ans par André Bousquet en réalise pour les palaces, les musées et les châteaux du monde entier. Chez les arch

Le grand public ne connaît pas MelJac ou plutôt, il connaît cette marque sans le savoir. Cette PME française équipe les beaux bâtiments du monde d'interrupteurs, de lampes, de liseuses, de boîtiers de contrôle, de prises électriques haut de gamme. Parmi ses références, l'Hôtel Meurice, le Château de Versailles, le Musée du Louvre, le siège de Cartier, le magasin parisien de Van Cleef & Arpels, mais aussi le domicile de stars du show-business, du sport ou de l'économie. La société ne peut pas citer le nom de ses clients, mais selon nos informations, le domicile de Steve Jobs, la demeure de Jonathan Ive, le designer d'Apple, et celle qu'habitaient Brad Pitt et Angelina Jolie sont équipés par cette petite société française. Ils ont tous choisi ces produits parce qu'ils incarnent une élégance simple et tellement discrète qu'on ne la remarque pas. Tout le contraire du "bling bling". La dernière création de MelJac est cette pyramide de cuivre qui abrite des prises électriques et USB. Cette œuvre d'art a été réalisée et personnalisée pour les suites de l'Hôtel Meurice. MelJac est une "maison", comme on le dit pour les entreprises du luxe. Elle a été créée en 1995 par André Bousquet, un électricien autodidacte qui travaillait pour des architectes et des designers de renom (Jean-Michel Wilmotte ou encore Philippe Starck) en déplorant un certain manque...



EN VIDEO - Des accessoires électriques transformés en œuvre d'art

Le grand public ne connaît pas Meljac ou plutôt, il connaît cette marque sans le savoir.



Meljac (interrupteurs) mise sur le marché de l'hôtellerie et l'export

Le fabricant français d'interrupteurs de luxe Meljac table sur l'exportation et le marché de l'hôtellerie pour poursuivre sa croissance, après avoir enregistré une forte reprise de son activité en 2016. « On a repris la dynamique » en 2016, a résumé le directeur général Jean-Michel Lagarde, jeudi devant la presse.

Le chiffre d'affaires du groupe avait diminué en 2014, puis stagné en 2015, avant de rebondir de 17% l'année dernière pour atteindre 7,6 millions d'euros. L'enjeu pour Meljac va être de « tenir un rythme de 8 à 10% par an avec deux moteurs: l'export et l'hôtellerie », a indiqué M. Lagarde. L'objectif est d'atteindre les 10 millions d'euros en 2020. En 2016, les ventes en France (54% du chiffre d'affaires total) ont progressé de 15%. « La reprise s'est faite beaucoup à travers l'hôtellerie » après une période « attentiste » notamment dans le contexte des attentats d'une concurrence plus vive, a expliqué le directeur général. La société a réalisé plusieurs chantiers dans l'hôtellerie très haut de gamme (Meurice, George V à Paris) et d'autres sont en cours (Park Hyatt et Crillon à Paris, Nomad à New York, Four Seasons à Miami). Meljac y installe des interrupteurs et des prises, mais aussi des habillages de mécanismes (alarmes, systèmes domotiques, climatisation). « L'hôtellerie de luxe est une vitrine pour nous », souligne M. Lagarde, car la clientèle des palaces peut avoir envie d'équiper son domicile. Le marché hôtelier n'est pas majoritaire en France, où il pèse de 30 à 40% des ventes, contre 60 à 70% pour la rénovation et le résidentiel. M. Bousquet insiste aussi sur le « Made in France » avec un label obtenu en 2012. Meljac fabrique ses produits en région parisienne. L'année 2016 a été également bien orientée à l'exportation (37% du chiffre d'affaires) avec une croissance de 20%. Les premiers marchés de Meljac sont la Suisse, la Russie et l'Italie, mais le groupe s'est aussi récemment développé aux Etats-Unis et au Royaume Uni. Ces deux pays sont des priorités pour le groupe qui vise une croissance à deux chiffres à l'international. sbo/ef/az



15 octobre, 2017

15 octobre, 2017 : «Pour chacune de nos innovations, nous avons à l'esprit de conjuguer la qualité et l'esthétique», explique André Bousquet, le président et fondateur de la société **Meljac**, leader mondial des appareillages électriques de luxe. Fabriqués dans des matériaux nobles, ses interrupteurs, prises et autres lampes, équipent palaces et magasins de luxe. Sa dernière fierté: le «Z». Présenté fin septembre au salon Architect@work à Paris, il s'agit d'une console multiprise pouvant accueillir sur sa face avant, et selon le choix du client, plusieurs catégories de prises (courant, RJ 45, USB) et de commandes, voire un écran de contrôle pour piloter divers équipements. Source: usinenouvelle.com –



Le parisien Meljac mise sur le design et les matériaux nobles pour sa multiprise

Le parisien Meljac mise sur le design et les matériaux nobles pour sa multiprise : "Pour chacune de nos innovations, nous avons à l'esprit de conjuguer la qualité et l'esthétique", explique André Bousquet, le président et fondateur de la société Meljac, leader mondial des appareillages électriques de luxe. Fabriqués dans des matériaux nobles, ses interrupteurs, prises et autres lampes, [...] Lire l'article

<http://www.boursorama.com/actualites/meljac-interrupteurs-mise-sur-le-marche-de-l-hotellerie-et-l-export-2f2baaa585b83b4f6e2c2355147d347c>

Boursorama Banque Banque Bourse Livret A Épargne Assurance Vie Crédit Immobilier | Aide    

 Effectuez une recherche ou posez une question...  ACCÈS MEMBRE 

VENDREDI 28 AVRIL 09:36

 **BOURSE** PATRIMOINE ACTUALITÉS COMMUNAUTÉ & OUTILS **BOURSORAMA BANQUE**

Actions ▼ PME-ETI ▼ Indices ▼ Warrants/Certifs ▼ Trackers ▼ OPCVM ▼ Taux ▼ Devises ▼ Matières premières ▼ ISR ▼

DÉCOUVREZ NOTRE ACTIVITÉ ALTEN, LEADER EUROPÉEN DE L'INGÉNIERIE ET DU CONSEIL EN TECHNOLOGIE 

Bourse Actions HYATT HOTELS-A H Actualités     

HYATT HOTELS-A
US4485791028 H **56.73 (c) USD -0.54%**
NYSE DONNÉES DIFFÉRÉES  

Cours Graphique **Actualités** Conseils Consensus Société Forum Actionnaires
Infos Communiqués Agenda

Meljac (interrupteurs) mise sur le marché de l'hôtellerie et l'export
AFP le 27/04/2017 à 16:47 

  Le fabricant français d'interrupteurs de luxe Meljac table sur l'exportation et le marché de l'hôtellerie pour poursuivre sa croissance, après avoir enregistré une forte reprise de son activité en 2016.

"On a repris la dynamique" en 2016, a résumé le directeur général Jean-Michel Lagarde, jeudi devant la presse.

Présidentielle 2017
 Que savez-vous des programmes des deux candidats du second tour de l'élection présidentielle 2017 ? Testez vos connaissances en répondant aux questions de ce quiz.

Mes Listes  
Valeurs les plus consultées

Libellé	Dernier	Var.
AB SCIENCE	15.04	-0.59% 
BNP PARIBAS	64.80	-0.29% 
GENFIT	32.65	1.40% 
SOCIETE GENERALE	49.815	0.07% 
TOTAL	47.485	0.42% 

Valeurs + consultées  
Liste Palmarès
GENFIT | SOCIETE GENERALE | AB

Le chiffre d'affaires du groupe avait diminué en 2014, puis stagné en 2015, avant de rebondir de 17% l'année dernière pour atteindre 7,6 millions d'euros.

L'enjeu pour Meljac va être de "tenir un rythme de 8 à 10% par an avec deux moteurs: l'export et l'hôtellerie", a indiqué M. Lagarde. L'objectif est d'atteindre les 10 millions d'euros en 2020,

En 2016, les ventes en France (54% du chiffre d'affaires total) ont progressé de 15%.

"La reprise s'est faite beaucoup à travers l'hôtellerie" après une période "attentiste" notamment dans le contexte des attentats d'une concurrence plus vive, a expliqué le directeur général.

La société a réalisé plusieurs chantiers dans l'hôtellerie très haut de gamme (Meurice, George V à Paris) et d'autres sont en cours (Park Hyatt et Crillon à Paris, Nomad à New York, Four Seasons à Miami).

Meljac y installe des interrupteurs et des prises, mais aussi des habillages de mécanismes (alarmes, systèmes domotiques, climatisation).

"L'hôtellerie de luxe est une vitrine pour nous", souligne M. Lagarde, car la clientèle des palaces peut avoir envie d'équiper son domicile.

Le marché hôtelier n'est pas majoritaire en France, où il pèse de 30 à 40% des ventes, contre 60 à 70% pour la rénovation et le résidentiel.

M. Bousquet insiste aussi sur le "Made in France" avec un label obtenu en 2012. Meljac fabrique ses produits en région parisienne.

L'année 2016 a été également bien orientée à l'exportation (37% du chiffre d'affaires) avec une croissance de 20%.

Les premiers marchés de Meljac sont la Suisse, la Russie et l'Italie, mais le groupe s'est aussi récemment développé aux Etats-Unis et au Royaume Uni. Ces deux pays sont des priorités pour le groupe qui vise une croissance à deux chiffres à l'international.

sbo/ef/az

SCIENCE | TOTAL | BNP
PARIBAS | VALLOUREC | CREDIT AGRICOLE
SA | EDF | ILIAD | NICOX

 **Boursorama
Banque**

**LIBÉREZ-VOUS DE LA BANQUE
CHOISISSEZ BOURSORAMA BANQUE**

80€ OFFERTS
POUR TOUTE PREMIÈRE OUVERTURE
DE COMPTE AVEC CARTE BANCAIRE

J'EN PROFITE

* voir détail des conditions sur sb

Questions / Réponses

Auteur	Question	
victorab hier	Que faire de titres Gorgé avant l... <i>Actions</i>	0
Patrik06 hier	Déclaration Moins-Values <i>Actions</i>	0
d.lhomme hier	montant maximum du livret a <i>Finances Personnelles</i>	1
hchah 26/04	je veux acheter des actions cré... <i>Actions</i>	4
poleg 24/04	klepierre, baisse de 2 E jeudi al... <i>Actions</i>	5

Liens partenaires



Avec Boursorama Banque, vous êtes libre de ne pas attendre et d'être toujours autonome. Libre de ne payer aucuns frais.



Meljac (interrupteurs) mise sur le marché de l'hôtellerie et l'export

Croissance

Paris, 27 avr 2017 (AFP) | Publié le **jeudi 27 avril 2017** à 17h06 | Réagir

Le fabricant français d'interrupteurs de luxe Meljac table sur l'exportation et le marché de l'hôtellerie pour poursuivre sa croissance, après avoir enregistré une forte reprise de son activité en 2016.

« On a repris la dynamique » en 2016, a résumé le directeur général Jean-Michel Lagarde, jeudi devant la presse.

Le chiffre d'affaires du groupe avait diminué en 2014, puis stagné en 2015, avant de rebondir de 17% l'année dernière pour atteindre 7,6 millions d'euros.

L'enjeu pour Meljac va être de « tenir un rythme de 8 à 10% par an avec deux moteurs : l'export et l'hôtellerie », a indiqué M. Lagarde. L'objectif est d'atteindre les 10 millions d'euros en 2020,

BONS PLANS

Prêt travaux-déco à 4,10% sur 5 ans

Une assurance-vie pour bénéficier des rendements de l'immobilier

Découvrir le compte C-zam pour 1 euro par mois

Prêt immo au TEG de 1,69% sur 15 ans (assurance comprise)

L'enjeu pour Meljac va être de « tenir un rythme de 8 à 10% par an avec deux moteurs : l'export et l'hôtellerie », a indiqué M. Lagarde. L'objectif est d'atteindre les 10 millions d'euros en 2020,

En 2016, les ventes en France (54% du chiffre d'affaires total) ont progressé de 15%.

« La reprise s'est faite beaucoup à travers l'hôtellerie » après une période « attentiste » notamment dans le contexte des attentats d'une concurrence plus vive, a expliqué le directeur général.

La société a réalisé plusieurs chantiers dans l'hôtellerie très haut de gamme (Meurice, George V à Paris) et d'autres sont en cours (Park Hyatt et Crillon à Paris, Nomad à New York, Four Seasons à Miami).

Meljac y installe des interrupteurs et des prises, mais aussi des habillages de mécanismes (alarmes, systèmes domotiques, climatisation).

« L'hôtellerie de luxe est une vitrine pour nous », souligne M. Lagarde, car la clientèle des palaces peut avoir envie d'équiper son domicile.

Le marché hôtelier n'est pas majoritaire en France, où il pèse de 30 à 40% des ventes, contre 60 à 70% pour la rénovation et le résidentiel.

Le président du groupe, André Bousquet insiste sur le « Made in France » avec un label obtenu en 2012. Meljac fabrique ses produits en région parisienne.

L'année 2016 a été également bien orientée à l'exportation (37% du chiffre d'affaires) avec une croissance de 20%.

Les premiers marchés de Meljac sont la Suisse, la Russie et l'Italie, mais le groupe s'est aussi récemment développé aux Etats-Unis et au Royaume Uni. Ces deux pays sont des priorités pour le groupe qui vise une croissance à deux chiffres à l'international.

Partager cet article :



Facebook



LinkedIn



Twitter

Par AFP

Suivre @filBanque 

Réagir à cet article



Meljac (interrupteurs) mise sur le marché de l'hôtellerie et l'export



AFP

Publié le 27/04/2017 à 17:06 - Mis à jour le 27/04/2017 à 17:40

Le fabricant français d'interrupteurs de luxe Meljac table sur l'exportation et le marché de l'hôtellerie pour poursuivre sa croissance, après avoir enregistré une forte reprise de son activité en 2016.

Paris, 27 avr 2017 (AFP) -

"On a repris la dynamique" en 2016, a résumé le directeur général Jean-Michel Lagarde, jeudi devant la presse.

Le chiffre d'affaires du groupe avait diminué en 2014, puis stagné en 2015, avant de rebondir de 17% l'année dernière pour atteindre 7,6 millions d'euros.

L'enjeu pour Meljac va être de "tenir un rythme de 8 à 10% par an avec deux moteurs: l'export et l'hôtellerie", a indiqué M. Lagarde. L'objectif est d'atteindre les 10 millions d'euros en 2020,



En 2016, les ventes en France (54% du chiffre d'affaires total) ont progressé de 15%.

"La reprise s'est faite beaucoup à travers l'hôtellerie" après une période "attentiste" notamment dans le contexte des attentats d'une concurrence plus vive, a expliqué le directeur général.

La société a réalisé plusieurs chantiers dans l'hôtellerie très haut de gamme (Meurice, George V à Paris) et d'autres sont en cours (Park Hyatt et Crillon à Paris, Nomad à New York, Four Seasons à Miami).

Meljac y installe des interrupteurs et des prises, mais aussi des habillages de mécanismes (alarmes, systèmes domotiques, climatisation).

"L'hôtellerie de luxe est une vitrine pour nous", souligne M. Lagarde, car la clientèle des palaces peut avoir envie d'équiper son domicile.

Le marché hôtelier n'est pas majoritaire en France, où il pèse de 30 à 40% des ventes, contre 60 à 70% pour la rénovation et le résidentiel.

Le président du groupe, André Bousquet insiste sur le "Made in France" avec un label obtenu en 2012. Meljac fabrique ses produits en région parisienne.

L'année 2016 a été également bien orientée à l'exportation (37% du chiffre d'affaires) avec une croissance de 20%.

Les premiers marchés de Meljac sont la Suisse, la Russie et l'Italie, mais le groupe s'est aussi récemment développé aux Etats-Unis et au Royaume Uni. Ces deux pays sont des priorités pour le groupe qui vise une croissance à deux chiffres à l'international.

sbo/ef/az

© 2017 AFP



Vous aussi devenez contributeur
Le Monde de l'Énergie



PAROLES
D'EXPERTS



Louis Boisgibault

Le Maroc, locomotive africaine de la transition énergétique

Simon Cooke

Le rôle de l'acier au sein du développement des énergies nouvelles



AFP En direct
Brèves AFP

02 Mai 2017 15h11

Déchets nucléaires: l'agriculteur poursuivi pour avoir aidé les anti-Cigéo jugé en septembre

02 Mai 2017 13h03

La centrale au fioul de Porcheville définitivement arrêtée

02 Mai 2017 10h02

Total démarre un nouveau projet gazier en Birmanie

02 Mai 2017 9h19

Corée du Sud: six morts sur le chantier d'une plateforme pour Total

02 Mai 2017 9h15

BP revient dans le vert au 1T grâce au rebond des cours du pétrole

01 Mai 2017 14h41

Michael Bloomberg produit un documentaire contre le charbon

Meljac (interrupteurs) mise sur le marché de l'hôtellerie et l'export



AFP

Publié le 28.04.2017 par AFP

Le fabricant français d'interrupteurs de luxe Meljac table sur l'exportation et le marché de l'hôtellerie pour poursuivre sa croissance, après avoir enregistré une forte reprise de son activité en 2016.

« On a repris la dynamique » en 2016, a résumé le directeur général Jean-Michel Lagarde, jeudi devant la presse.

Le chiffre d'affaires du groupe avait diminué en 2014, puis stagné en 2015, avant de rebondir de 17% l'année dernière pour atteindre 7,6 millions d'euros.

L'enjeu pour Meljac va être de « tenir un rythme de 8 à 10% par an avec deux moteurs: l'export et l'hôtellerie », a indiqué M. Lagarde. L'objectif est d'atteindre les 10 millions d'euros en 2020,

En 2016, les ventes en France (54% du chiffre d'affaires total) ont progressé de 15%.

« La reprise s'est faite beaucoup à travers l'hôtellerie » après une période « attentiste » notamment dans le contexte des attentats d'une concurrence plus vive, a expliqué le directeur général.

La société a réalisé plusieurs chantiers dans l'hôtellerie très haut de gamme (Meurice, George V à Paris) et d'autres sont en cours (Park Hyatt et Crillon à Paris, Nomad à New York, Four Seasons à Miami).

Meljac y installe des interrupteurs et des prises, mais aussi des habillages de mécanismes (alarmes, systèmes domotiques, climatisation).

« L'hôtellerie de luxe est une vitrine pour nous », souligne M. Lagarde, car la clientèle des palaces peut avoir envie d'équiper son domicile.

Le marché hôtelier n'est pas majoritaire en France, où il pèse de 30 à 40% des ventes, contre 60 à 70% pour la rénovation et le résidentiel.

M. Bousquet insiste aussi sur le « Made in France » avec un label obtenu en 2012. Meljac fabrique ses produits en région parisienne.

L'année 2016 a été également bien orientée à l'exportation (37% du chiffre d'affaires) avec une croissance de 20%.

Les premiers marchés de Meljac sont la Suisse, la Russie et l'Italie, mais le groupe s'est aussi récemment développé aux Etats-Unis et au Royaume Uni. Ces deux pays sont des priorités pour le groupe qui vise une croissance à deux chiffres à l'international.

sbo/ef/az



republier cet article
sur votre site

Reproduisez nos articles
gratuitement, sur papier ou en
ligne, en utilisant notre licence
Creative Commons.

A LIRE ÉGALEMENT

**Déchets nucléaires:
l'agriculteur poursuivi pour
avoir aidé les anti-Cigéo jugé
en septembre**

Le procès d'un agriculteur, poursuivi à Bar-le-Duc pour avoir apporté du matériel agricole aux opposants au projet Cigéo d'enfouissement de...

**La centrale au fioul de
Porcheville définitivement
arrêtée**

La centrale électrique au fioul de Porcheville (Yvelines) a été définitivement arrêtée lundi 1er mai, tout comme une tranche de...

LE MONDE COMMUNAUTÉ

MÉDIAS ETRANGERS



GaGu

SPECIAL

Theme 이달의 특별한 이벤트, 인터뷰

130 ANS D'AMITIE

한국과 프랑스의 우정의 130년.

2016년 한불 수교 130주년을 기념하여 프랑스 대사관 주관 프랑스기업사절단이 공식 방한했다. 이번 방한에는 샤넬/에르메스 등 명품 매장 및 특급 호텔과 유명한 저택 등 고급 프로젝트에만 협업이 가능한 기업들로 프랑스 정부가 <문화유산기업 (EPV) 으로 선정된 기업들만 엄선에 관심이 높았다.



한불 양국 간 우호 및 이해 증진을 위해 양국 대통령의 합의를 바탕으로 2015년 9월부터 2016년 말까지, 1년 4개월 동안 "한불 상호교류의 해"로 지정, 운영하였다. 특히 2016년은 한 불 수교 130주년으로 양국 교류의 의미가 더욱 크다고 할 수 있는데, 이 기간 동안 양국간 교류의 새로운 지평을 열고 보다 나은 이해증진을 목적으로 문화예술, 체육, 관광, 교육, 과학기술, 미식 등의 전 분야에 걸쳐 교류를 진행하는 것이 이번 상호교류의 해의 특징이다. 또한 국가간 교류뿐 아니라 공공, 민간영역에서의 협력을 통한 사업 진행을 추진하였는데, 그 일환으로 이번 프랑스기업사절단 방한이 이뤄졌다.

이번 방한에는 EPV 기업만 엄선한 것이 특징이다. 프랑스 정부가 수여하는 EPV(Entreprise du Patrimoine Vivant: 프랑스의 살아 있는 문화 유산 기업) 인증마크는 프랑스 내 기업 중 고대로부터 내려오는 기술 노하우와 역사를 계승 및 발전시키고 있는 기업에게 수여되는 것이다. 한국을 찾은 프랑스 명품기업과의 인터뷰를 전한다.



Entreprise du Patrimoine Vivant

L'excellence
des savoir-faire
français

양국 수교 130주년을 기념하기 위한 2015-2016 한불 상호교류의 해는 프랑스와 대한민국 간 포괄적 동반자 관계의 발전에 새로운 전기를 마련할 것입니다. 프랑스 내 한국의 해는 2015년 9월 18일 사이오 국립극장에서 중묘제례악 초연으로 시작해서 2016년 8월까지 진행됩니다.

개최되는 수많은 행사들은 프랑스인들에게 한국 문화의 풍성함을 발견할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 프랑스에서 대성공을 거두고 있습니다. 기쁜 소식입니다.

한국 내 프랑스의 해는 21일 시작되는 3월 넷째 주에 공식 개막을 합니다. 그 행사를 위하여 외교국제개발부장-마크 에흐 총리가 방한할 예정입니다.

창조와 혁신을 모티브로 2016년 3월부터 12월까지 열리는 본 행사를 통해 한국인들은 프랑스의 다양성을 만나볼 수 있을 것입니다.

200가지가 넘는 문화, 과학, 교육, 경제, 스포츠, 미식 관련 행사들이 서울과 주요 도시에서 개최됩니다.

본 행사를 계기로 양국 국민이 더욱 가까워지고 양국간 새로운 프로젝트들이 성사될 수 있기를 바랍니다. 프랑스는 한국과의 우정과 협력관계 발전에 특별한 애착이 있기 때문입니다.

본인이 박근혜 대통령 초청으로 2015년 11월 3, 4일 한국을 국빈 방문한 것도, 프랑스 국빈 방문을 위해 2016년 박 대통령을 초청한 것도 그러한 목표를 달성하기 위해서입니다.

박근혜 대통령과 함께 2016년 3월 개막하는 한국 내 프랑스의 해를 축하하며 이 행사를 준비하고 행사에 참여하는 예술가, 문화 기관, 기업 및 스타트업, 학교, 대학 및 연구기관, 지자체와 협회 등, 양국의 모든 관계자들과 단체들에게 경의를 표합니다.

한국의 친구들과 한국 내 프랑스 교민 및 프랑스의 친구들이 개최되는 모든 행사들을 최대한 즐기기를 기원합니다.

프랑수와 올랑드 프랑스 대통령



A portrait of Jean-Michel Lagarde, General Director, smiling. He is wearing a dark suit, a white shirt, and a patterned tie. The background features a textured wall and a framed orange artwork.

**JEAN-
MICHEL
LAGARDE
DIRECTEU
R GENERAL**

멜작 (Meljac)은 스위치, 스폿라이트, 테이블램프, 푸쉬버튼, 포어벨, 미니젠티, reading lamp 등을 전문적으로 생산하는 기업으로, 니켈과 크롬 등 메탈로 이루어진 빈티지하면서도 클래식한 매력이 강한 것이 특징이다. 베트남사이유 공거울의 방이나 세계 각국의 유명 호텔과 저택에서 이들의 스위치가 사랑받고 있다.

MELJAC



Q. 회사에 대한 소개

A. 처음으로 메탈을 스위치에 시도한 기업으로, 전기기술자였던 설립자 앙드레 부스케는 30년대의 클래식한 모델을 사랑해 이를 응용한 물방울 스위치를 선보여 큰 사랑을 받았다. 회사를 설립하기 전 약 10년 동안 연구를 거듭해 완성한 제품으로 모든 제품은 프랑스에서 수작업으로 완성된다. 프랑스는 물론 세계적인 호텔과 럭셔리 기업에서는 우리의 제품이 최고의 파트너이다. 특히 기존 공간의 분위기를 해치지 않으면서 방수기능이 더해져 물청소도 가능한 실용성까지 지닌 제품으로 베르사이유 궁전에도 사용된 바 있다.

Q. 메탈의 종류가 다양한데

A. 기본 플레이트에 니켈이나 크롬 등 다양한 마감을 더하는데, 이렇게 약 25가지 종류의 마감이 가능하다. 커스터마이징도 가능한 것이 무엇보다 중요한 장점이다. 이것이 가능한 이유는 우리에게 OFG, 즉 프랑스에서 직접 제작을 하고 있는 EPV 기업이기 때문이다. 전기 배선 업체 중 유일하게 멜작이 EPV로 선정되었는데, 그 이유는 우리가 여러 제작 과정과 표면 공정에서 수작업을 하고 있는 장인정신을 지닌 기업이기 때문이다.

Q. 주문 제작의 과정은 어떻게 진행되는가

A. 우리의 주요 고객인 건축가나 인테리어 디자이너분들이 원하는 대로 제작을 하고 있는데, 여러 국가별로 사이즈와 크기가 다른 경우가 있어, 이러한 주문제작이 꽤 활발하게 진행되고 있다. 원하는 옵션은 무엇이든 가능하며, 클래식한 버전 이외에 모던하거나 나시를 보이지 않게도 제작할 수 있다. 스위치 이외에도 인터폰이나 에어컨 컨트롤 패널, 호텔의 룸 넘버 등 다양한 제품을 생산하고 있다.

Q. 한국시장에 대한 가능성

A. 한국에 공식 채널은 없지만, 건축사무소를 통해 몇건의 프로젝트를 진행한 바 있다. 한국 시장에서도 고급 주택과 호텔 수요가 늘어나고 있어 멜작이 사랑받을 수 있는 기회는 계속 늘어날 것으로 생각한다. 최근 홈오토메이션 제품 개발에도 주력하고 있는데, 한국시장에서 이러한 신제품들이 사랑받기를 희망한다.





MARTIN PIETRI
PRESIDENT

라메종 타이야다 (Taillardat)는 프랑스 라이프 스타일을 대표하는 명품 가구 제조업체로, 전세계 건축가 및 인테리어 업체들의 프레스티지 프로젝트에 참여하고 있다. 라메종 타이야다의 제품은 예술적 가치를 존중하며 100% 프랑스 생산에서 생산하여 살아있는 문화유산기업 (EPV)로 지정되었으며, 유럽, 러시아, 중동, 북아메리카, 중국 등에 활발히 수출되고 있다. www.taillardat.fr



MAISON
TAILLARDAT



FABRIQUE DE STYLES

Q. 회사에 대한 소개

A. 18-19세기의 클래식한 가구를 생산하고 있는 명품 가구업체로 모든 가구는 수작업으로 제작된다. 메인인 프랑스의 가치를 존중하는 기업으로 클래식한 제품을 그대로 가져와 복원한 제품으로 큰 사랑을 받고 있다. 오를레앙의 아틀리에에서 20여명의 장인이 가구를 만들고 있으며, 파리 개선문 근처에 별도의 공방을 운영하고 있다. 현재 전체 생산 제품의 80%를 수출하고 있으며, 세계적인 럭셔리 호텔과 부유층의 공간에 제품을 공급하고 있다.

Q. 최고급 클래식 가구 업체라는 자부심

A. 현재 약 350여 종의 클래식 가구 모델을 보유하고 있는데, 대부분은 오더에 의해 주문제작되고 있다. 타이아다의 시작은 1765년 마리 앙투아네트에게 납품을 한 Geroge Jacob에게서 시작된 것으로 그 시대의 분위기를 지금까지 고스란히 보존하고 이어나간 것이 우리의 가장 큰 경쟁력이라 여긴다.

Q. 참여 프로젝트

A. 포시즌즈 호텔이나 샹그릴라 등 초호화 호텔에서는 우리의 제품들을 자주 만날 수 있다. 뿐만 아니라 소피아 코폴라 감독의 (앙뜨와네뜨)라는 영화에서도 그 시대의 가구를 그대로 재현한 우리의 제품들을 만날 수 있다.

Q. 앞으로의 방향

A. 한국시장에서도 클래식하고 아름다운 프랑스 가구의 매력이 많은 사람들에게 알려지길 기대한다. 시대를 초월한 아름다움을 지닌 우리의 제품은 모던한 공간에 놓여져도 충분히 조화를 이루며 아름답다. 이번 기회에 더 많은 한국인들에게 프랑스 가구의 아름다움을 알리게 되었으면 한다.





130 ANS D'AMITIE

130 ans d'amitié entre la Corée et la France

A l'occasion de la commémoration en 2016 du 130e anniversaire des relations diplomatiques entre la Corée et la France, une délégation des entreprises françaises s'est rendue en Corée pour une visite officielle organisée par l'Ambassade de France. Cette délégation, comprenait des entreprises collaborant pour des projets haut de gamme avec les boutiques de luxe comme Chanel / Hermès, des hôtels de luxe ou encore les résidences de célébrités. La sélection étant particulièrement portée sur les entreprises labellisées EPV (Entreprises du Patrimoine Vivant), label décerné par l'Etat français, a suscité beaucoup d'intérêt.

L'Année croisée France-Corée, allant de septembre 2015 à fin 2016, marque la volonté politique aux plus hauts niveaux des deux pays de promouvoir la compréhension et l'amitié mutuelle entre la France et la Corée. L'année 2016 est particulièrement significative car elle célèbre le 130e anniversaire des relations diplomatiques entre les deux pays, elle dessine aussi l'ouverture de nouveaux horizons dans le but d'encourager différents échanges dans de nombreux domaines, l'art, la culture, le sport, le tourisme, l'éducation, les sciences et les technologies, la gastronomie, etc. En outre, des échanges inter-pays ont été organisés tant aux initiatives gouvernementales que privées, comme le témoigne cette visite de la délégation d'entreprises.

La participation d'entreprises labellisées EPV caractérise cette visite. Le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant) est décerné aux entreprises possédant un savoir-faire d'exception et une technologie d'excellence qu'elles conservent et transmettent. Voici le résumé de l'entretien avec les entreprises prestigieuses françaises qui nous ont rendu visite.

EPV

Entreprise du Patrimoine Vivant

L'excellence des savoir-faire français



Discours du Président de la République française, Monsieur François Hollande

L'Année croisée France-Corée 2015-2016, étant destinée à célébrer le 130e anniversaire de l'établissement des relations diplomatiques, marquera un tournant pour la construction d'un partenariat global entre nos deux pays.

L'Année de la Corée en France sera inaugurée officiellement le 18 septembre 2015 au palais de CHAILLOT à Paris avec la présentation de la musique rituelle du sanctuaire de Jongmyo et s'achèvera en août 2016.

Les nombreux évènements organisés fournissent aux français l'occasion de découvrir la richesse culturelle coréenne, elle récolte un grand succès en France. C'est une bonne nouvelle.

Tandis que l'Année de la France en Corée aura lieu officiellement au cours de la 4^{ème} semaine, le 21 mars 2016. A cette occasion Monsieur Jean-Marc Ayrault, Ministre des Affaires étrangères et du Développement international, se rendra en Corée.

Grâce à ces manifestations qui dureront de mars à décembre 2016 sous le thème de la créativité et de l'Innovation, les coréens seront invités à découvrir toutes les facettes d'une richesse française.

Plus de 200 événements, culturels, scientifiques, éducatifs, économiques, sportifs ou encore gastronomiques sont prévus à Séoul et dans les principales villes en Corée. Ces événements permettront de rapprocher les deux peuples et j'espère que de nouveaux projets conjoints verront le jour. La France a un attachement particulier au développement de l'amitié et de la coopération avec la Corée.

Ma visite d'Etat en Corée les 3 et 4 novembre 2015 sur l'invitation de Madame Park Geun-hye, Présidente de la République de Corée et l'invitation que j'ai faite pour 2016 à Madame Park, s'inscrivent dans le souhait d'atteindre cet objectif.

Je me félicite de la célébration à venir de l'année France en Corée, dont l'ouverture en mars 2016 sera célébrée avec la présence de la Présidente Park, je rends hommages à toutes les personnes et organisations des deux pays qui ont préparé ces événements et y participent, entre autre les artistes, les institutions culturelles, les entreprises et les start-ups, les écoles, les universités et les instituts de recherche, les collectivités locales et les associations.

Je souhaite que nos amis coréens et les français ainsi que les amis de la France en Corée puissent profiter comme il se doit de tous ces événements.

François HOLLANDE, président de la France



Meljac est une entreprise spécialisée dans la fabrication d'appareillages électriques de luxe tels que interrupteurs, spots, lampes de table, bouton-poussoir, sonnettes, mini capteur et liseuses. Ses gammes se caractérisent par un charme à la fois vintage et classique et ses créations sont travaillées dans un matériau noble, le laiton, le nickel ou le chrome, puis traités à la main. Les modèles Meljac subliment un intérieur de caractère : la galerie des Glaces du Château de Versailles, les chambres d'hôtels et résidences célèbres l'illustrent très bien.

JEAN MICHEL LAGARDE, DIRECTEUR GENERAL, MELJAC

Q. Présentation de la société (A propos de MELJAC)

R. L'idée novatrice d'André BOUSQUET, fondateur de la marque et électricien de formation, a été d'utiliser des matières plus nobles que le plastique (du métal) pour sa gamme d'interrupteurs. Inspiré par l'art de vivre des années 30, symbolisé par le levier « goutte-d'eau », MELJAC a su créer un produit à base de laiton, qui a de suite suscité un vif intérêt. Ce modèle est le fruit d'une recherche de plus de 10 ans avant même la création de l'entreprise, je précise que tous les produits MELJAC sont fabriqués artisanalement en France. Meljac a équipé de nombreux établissements prestigieux, de nombreux palaces et hôtels réputés et des maisons de luxe. Les créations MELJAC trouvent avec grâce leur place au sein de lieux d'exception tels que le Château de Versailles, pour lequel la marque a même su intégrer la fonction d'étanchéité rendant possible un nettoyage à l'eau.

Q. Existe-t-il une variété de métaux ?

R. Sur une plaque de base en laiton, les produits peuvent revêtir 25 finitions à choisir dans un nuancier. La personnalisation est également un avantage important. Les modèles offrent l'élégance et une qualité garanties par une fabrication française (label « Origine France Garantie »). Meljac est la seule entreprise d'appareillage électrique qui obtient le label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), car nous détenons un savoir-faire artisanal d'excellence dans de nombreux processus de production et de traitement de surface.

Q. Comment se déroule le processus de fabrication sur commande?

R. A travers de nombreuses gammes, MELJAC offre aux architectes, décorateurs, particuliers... un large éventail de possibilités : différents formats adaptés aux normes de chaque pays, c'est pourquoi ce type de réalisation sur-mesure est très appréciée. Toutes les options sont envisageables, hormis la version classique, une version plus moderne ou avec vis invisibles sont aussi concevables. En outre, nos modèles sont très variés : des interrupteurs aux interphones en passant par les thermostats et les plaques de numéros de chambres d'hôtels.

Q. Quel est le potentiel pour le marché coréen ?

R. Bien que nous n'ayons pas de bureau officiel, nous avons déjà mené quelques projets en Corée par le biais de bureaux d'architecte. Il existe une demande croissante en Corée pour les résidences et hôtels de luxe, l'occasion pour Meljac d'y être davantage apprécié semble grandissante. Actuellement, Meljac s'intéresse à la mise au point des systèmes domotiques, espérons que ces nouveaux produits intéresseront le marché coréen.



Corée du Sud / Mode-décoration : 13 PME françaises partent à la conquête de Séoul

www.lemoci.com/actualites/aides/coree-du-sud-mode-decoration-13-pme-francaises-partent-a-la-conquete-de-seoul/

18 janvier 2017

© D.R.

À l'occasion de la clôture de l'année France-Corée 2015-2016 (du 6 au 17 décembre 2016), treize jeunes entreprises françaises de la mode et la décoration sont parties du 11 au 16 décembre derniers en Corée dans le cadre de la « Mission French Touch Séoul », organisée par **Bpifrance** en partenariat avec **Business France**.

Les entreprises qui ont fait partie de cette mission en Corée du Sud s'appellent **Ami** (habillement masculin);

BonneGueule (boutique en ligne de prêt-à-porter pour homme); **Isaac Reina** (maroquinerie et accessoires pour hommes et femmes) ou encore **Le Gramme** (marque *lifestyle* d'accessoires pour homme); **Lemaire** (vêtements pour hommes et femmes); **Meljac** (interrupteurs et prises de courant haut de gamme); **Moissonier** (meubles de fabrication française au savoir-faire d'ébénisterie); **Molli** (maille de luxe pour femmes et enfants); **Officine Générale** (vêtements pour hommes); **Rogier Pradier** (décoration et éclairage d'extérieur); **Roseanna** (prêt-à-porter féminin); **Taillardat** (mobilier et sièges du XVIIIe) et **Volevatch** (articles haut de gamme pour salles de bain). Toutes incarnent la « French Touch » grâce à leur créativité, innovation et savoir-faire. La plupart d'entre elles sont déjà exportatrices et ont notamment une bonne connaissance du Japon mais n'ont pas encore ciblé la Corée dans leur démarche d'internationalisation.



Avec 51 millions d'habitants et une demande pour la mode et la décoration, la Corée offre des atouts pour ces marques de la French Touch. « Nous avons créé cette mission dans le souci d'accompagner ces entreprises sur un marché porteur, que certaines d'entre elles connaissent moins bien, pour leur ouvrir des portes », explique au *Moci* **Eric Tainsh**, responsable Bpifrance Export chez Bpifrance. « Il y a de vraies attentes sur ce marché », insiste-t-il. « Le marché coréen est un marché d'autant plus important, qu'il y a 25 millions d'habitants à Séoul et que la Corée est souvent à l'avant-garde des tendances mode, culture et décoration en Asie », complète pour sa part **Isabelle Lebo**, chef de projet Export chez Bpifrance, qui a copiloté la mission avec Eric Tainsh.

Une mission de prospection intense

Pendant cinq jours, les entreprises ont été immergées au cœur du marché coréen de la mode et la décoration pour découvrir les tendances nouvelles notamment dans le design et le "streetwear", domaines dans lesquels les Coréens sont particulièrement pointus. « Le programme a été bien riche et bien dense », confie Isabelle Lebo. Les entreprises ont enchaîné les rendez-vous avec les acteurs coréens de la mode et du design et ont ainsi rencontré des distributeurs, des acheteurs et de potentiels clients et partenaires. « On a un pouvoir d'attraction avec nos créateurs et designers français dans la mode et la décoration », rappelle Eric Tainsh.

Au cours de cette mission, deux journées, les 14 et 15 décembre, étaient consacrées aux rendez-vous B to B. Chaque entreprise a bénéficié des services d'un interprète lors de ses rendez-vous avec ses interlocuteurs coréens.



La délégation a également pu se familiariser avec les circuits de distribution coréens pendant la visite de différents points de vente dans le centre-ville de Séoul : grands magasins, concept stores ainsi que le nouveau *mall* Starfield Hanam, le plus grand centre commercial de Corée qui a ouvert ses portes en septembre 2016. « La Corée du Sud, souligne Eric Tainsh, est un pays dynamique (avec une croissance autour de 3 % chaque année). Séoul est une ville en plein boom ».

Enfin, le 15 décembre, veille de son départ, la délégation a été accueillie par **Fabien Penone**, ambassadeur de France en Corée du Sud lors d'une soirée à la Résidence de France. Pendant la soirée, les entreprises ont échangé avec des designers, stylistes et architectes coréens. L'objectif de la soirée était de faire émerger des collaborations franco-coréennes.

« Les premiers retours de la mission ont été très positifs tant sur les rendez-vous B to B –de très bon contacts ont été noués entre les participants et leurs paires coréens– que sur le plan collectif. Il y avait un vrai esprit de groupe entre les 13 entreprises », se réjouit Isabelle Lebo. À la suite de la mission, Bpifrance a envoyé un questionnaire aux participants. Une première mission qui s'avère prometteuse pour les participants. Les retombées de la mission qui feront l'objet d'un suivi par Bpifrance seront véritablement connues courant février-début mars. Les entreprises doivent à présent relancer leurs homologues coréens avec lesquels elles ont établi des contacts pour confirmer leur relation. « L'objectif de la mission, conclut Isabelle Lebo, est d'aider les entreprises à construire des relations pérennes sur le marché coréen ».

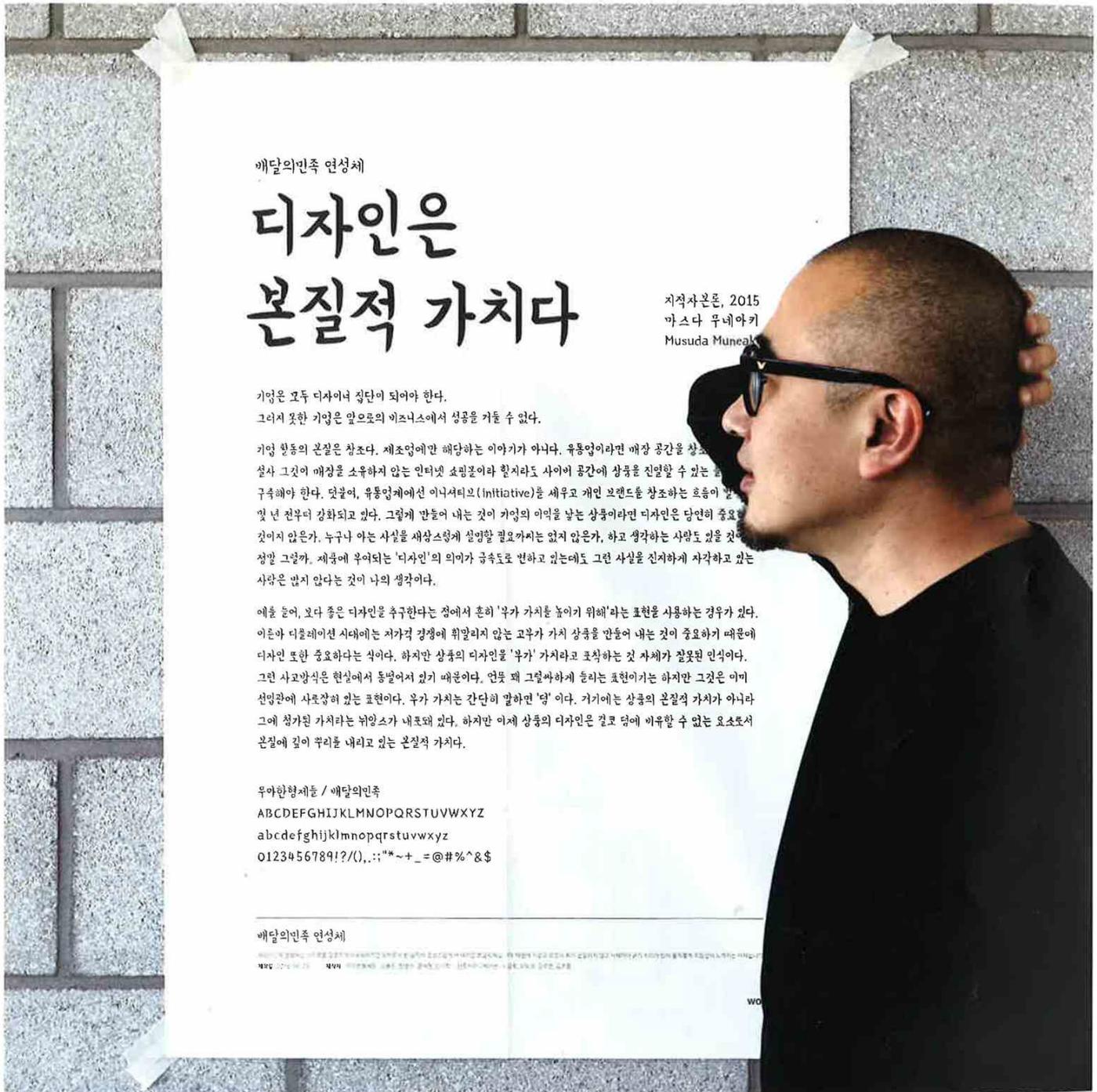
Venice Affre



DESIGN 463

2017/01

www.monthlydesign.co.kr



배달의민족 연성체 디자인은 본질적 가치다

지적사본론, 2015
마스다 무네아키
Musuda Muneaki

기업은 모두 디자인이 집단을 되어야 한다.
그러지 못한 기업은 앞으로의 비즈니스에서 성공을 거둘 수 없다.

기업 활동의 본질은 창조다. 제조업에만 해당하는 이야기가 아니다. 유통업이라든가 매장 공간을 창조하는 것, 심지어 매장을 소유하지 않는 인터넷 쇼핑몰이라 할지라도 사이버 공간에 상품을 진열할 수 있는 플랫폼을 구축해야 한다. 덧붙여, 유통업계에선 이니셔티브(Initiative)를 세우고 개인 브랜드를 창조하는 흐름이 몇 년 전부터 강화되고 있다. 그렇게 만들어 내는 것이 기업의 이익을 낳는 상품이라면 디자인은 당연히 중요하지 않겠는가. 누구나 아는 사실을 새삼스럽게 설명할 필요까지는 없지 않은가, 하고 생각하는 사람도 있을 것일 법한 것일지 모르겠다. 제품에 부여되는 '디자인'의 의미가 급속도로 변하고 있는데도 그런 사실을 진지하게 자각하고 있는 사람은 많지 않다는 것이 나의 생각이다.

예를 들어, 보다 좋은 디자인을 추구한다는 점에서 흔히 '부가 가치를 높이기 위해'라는 표현을 사용하는 경우가 있다. 이른바 디지털시대에는 저가경쟁에 휘말리지 않는 고부가 가치 상품을 만들어 내는 것이 중요하기 때문에 디자인 또한 중요하다는 식이다. 하지만 상품의 디자인을 '부가' 가치라고 포착하는 것 자체가 잘못된 인식이다. 그런 사고방식은 현실에서 동떨어져 있기 때문이다. 언뜻 꽤 그럴싸하게 들리는 표현이기는 하지만 그것은 이미 선입관에 사로잡혀 있는 표현이다. 부가 가치는 간단히 말하면 '덧'이다. 거기에는 상품의 본질적 가치가 아니라 그에 첨가된 가치라는 뉘앙스가 내포돼 있다. 하지만 이제 상품의 디자인은 결코 덧에 끼워할 수 없는 요소로서 본질에 깊이 뿌리를 내리고 있는 본질적 가치다.

우아한형제들 / 배달의민족
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#%&'()*+,-./:;<=>?[]^_`{|}~

배달의민족 연성체

이 글은 배달의민족의 디자인을 소개하는 글입니다. 배달의민족의 디자인은 사용자 경험을 최우선으로 고려하여 디자인되었습니다. 이 글은 배달의민족의 디자인을 소개하는 글입니다. 배달의민족의 디자인은 사용자 경험을 최우선으로 고려하여 디자인되었습니다.

경영을 혁신하는 디자이너, 우아한형제들 김봉진 대표

Special Feature 2017년 월간 <디자인>이 주목한 디자이너 12팀 CEO Interview 무인양품 가나히 마사아키 회장

Seoul Design Festival 2016 서울디자인페스티벌 리뷰 Focus 디자이너가 촛불을 드는 방식, 대통령 탄핵을 촉구하는 디자인





DESIGN

Vol.463 2017/1

www.monthlydesign.co.kr

Editor's Letter

- 014** Emotional balance & peace of mind sometimes comes from design or objects

Picks & Views

- 016** 2016 Designers Talk Talk Talk About the 2016 CRAFT TREND FAIR

Briefing

Design Promotion

- 040** 100 Year Old Silo Full of Design, Pin up Design Museum
- 042** 100 Year Multi Strip Gets a Makeover, the Power Cube
- 044** The 6th Hanji Product Development Competition, Our Own Design Asset
- 046** Putting Value in the Everyday, Designers Continuing the Tradition of Fitted Design

DDP Design Shop

- 050** DDP Designers Gallery Shop This Month's Designer: Mattdraw

Designer

- 056** Innovating Management Through Design, Woowahan Bros., Bongjin KIM

Special Feature

- 064** 12 Designers to Look Out for in 2017, as Chosen By Monthly Design
- 066** We Don't Need Star Designers, Sungwon JEE
- 070** We're Ready to Work, Works

- 074** Always A Different Space From the Last, Jong Hwan BAEK, WGNB

- 078** Abnormal Beauty, Designer Recto

- 082** Fun Ideas, Experimental Architects, FHHH Friends

- 086** Finding Context in an Answerless Space, COM

- 090** All Designers are Businessmen Bo kyung LEE

- 094** A People Person Designer, Sunny Studio

- 098** What Do you Really Want? Rawrow

- 102** Contemporary Design Through Enamel and Cloisonné, Haäm

- 106** Breaking the Norm in Architecture, Nameless

- 110** Graphic, Space, Photography All in One, SNS Star Designer Texture On Texture

Seoul Design Festival

- 114** Let's Play Design! Seoul Design Festival Review

CEO Interview

- 134** Not Artificial Intelligence but Artificial Emotions, Masaaki Kanai, President of Muji

Design Oriented Company

- 144** What Does the Hyundai Motors Creative Team Design? 5 Brand Image Management System

Design Event

- 148** 2016 AUDI Design Challenge Review, Bold Ideas Birth This Year's Innovations
- 151** When Engineers and Designers Meet: Converge 2016 Seminar

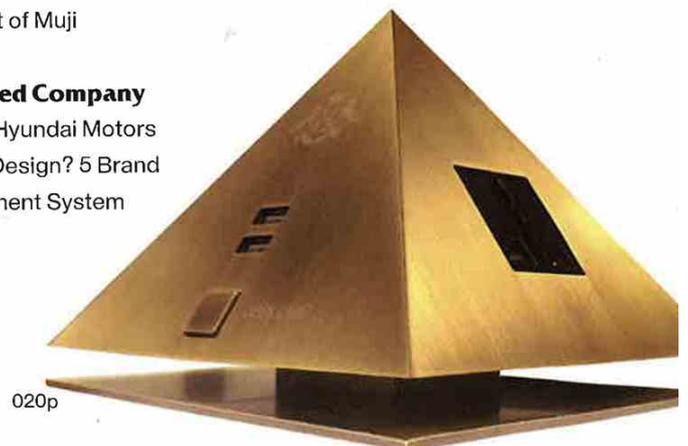
Focus

- 156** Hermes' Wanderland Exhibition Scenographer Hubert Le Gall
- 161** All that Finnish Design, Habitare 2016
- 164** Spatial Design with Yu Kuk II Metal Speakers
- 168** How Designers Light the Candle, Presidential Impeachment Protest Designs
- 170** Fate of Korean Designers under the Trump Administration.

Design Project

- 172** Idetic Marketing: 2016 G-Star Webzen Project
- 174** Three Times a Day, 63 Minutes a Week Design, Jordan

Information





020 Briefing

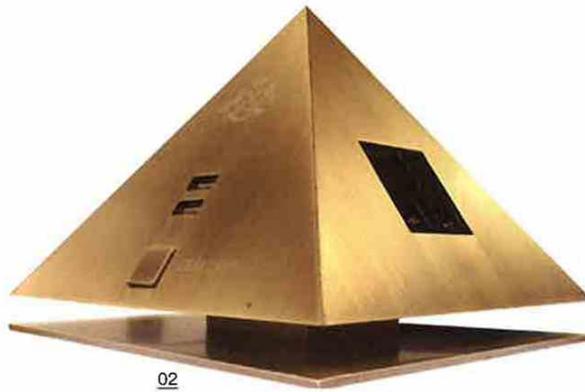
Brand

프랑스에서 온 배선 기구계의 오토 쿠튀르, 멜작

특급 호텔의 매끈하게 꾸며진 공간에 플라스틱 콘센트와 플라스틱 스위치라니. 이런 '옥에 티'를 발견한 경험이 있다면 멜작(Meljac)에 환호할 것이다. 프랑스 정부가 '문화유산 기업(EPV)'으로 선정한 멜작이 한불 수교 130주년을 맞아 한국을 방문했다. 전기 기사 출신인 창립자 앙드레 부스케(André Bousquet)는 인테리어와 따로 노는, 그저 기능에만 충실한 배선 기구가 아쉬웠고, 이에 기능에 심미성을 더하기 위해 맞춤 배선 기구 브랜드 멜작을 창립했다. 멜작은 디자이너 및 건축가와 협업하며 베르사유 궁전, 그랜드 호텔 뒤 팔레 로열(Grand Hôtel du Palais Royal) 등 고급 인테리어 디자인의 마지막 한 곳을 담당했다. 스위치나 콘센트는 쉽게 간과할 수도 있는 작은 디테일이지만 멜작의 제품을 보면 그 디테일이 공간의 전체적인 품질을 결정짓는 마지막 단추와 같다는 것을 알 수 있다.



01



02



03

Interview

장 미셸 라가르드 멜작 상무

멜작의 장점은 무엇인가?

첫 번째는 높은 품질이다. 멜작 제품은 대부분 황동으로 제작하고 색상은 샴페인, 은, 매트 크롬 등 25가지 옵션이 있다. 시각적인 디테일도 아름답지만 감각으로 느껴지는 품질도 다른 제품과 비교할 수 없다. 스위치를 켜고 끌 때마다 나는 소리나 적당히 목적인 느낌은 시간이 지나도 한결같다. 두 번째는 모든 제품을 커스터마이징할 수 있다. 이름이나 로고를 새길 수도 있고 나사를 드러내는 것도, 숨기는 것도 가능하다. 기능적인 면에서도 USB를 더 추가하거나 다양한 국가의 소켓을 한 제품에 조합할 수 있다. 멜작 제품과 소재가 다른 인터폰이나 온도 조절 장치는 멜작에서 케이스만 별도로 제작할 수 있기 때문에 전체적인 통일감을 이룰 수 있다.

한국 진출 계획은?

한국에서 이미 네다섯 개의 개인 주택 프로젝트를 진행했다. 파리 여행 중 특급 호텔에서 멜작을 본 고객이 직접 연락해온 경우도 있었고, 건축가나 디자이너

추천으로 진행한 프로젝트도 있다. 이번 방문의 가장 큰 목적도 한국의 건축가와 인테리어 디자이너를 많이 만나보고 가장 효율적인 프로젝트 진행 방식을 찾아보는 것이었다.

배선 기구는 단독으로 완성하기 어렵기 때문에 다양한 디자인 협업이 필요할 것 같다. 디자인 작업은 어떻게 진행되나?

회사 내부에 리서치와 디자인을 담당하는 부서가 있다. 주요 디자인은 창립자 앙드레 부스케가 결정하지만 외부 건축가나 디자이너들과 자주 협력하기 때문에 그들의 영향을 받아서 작업하기도 한다.

터치 독서등도 파리의 한 호텔 레노베이션 작업 중에 건축가 빌모트와 함께 개발한 것이다. 우리가 디자인을 제안하기도 하지만 디자이너의 피드백과 요청사항에 맞추는 것도 중요하다. 또한 디자인 부서는 영업부와 긴밀한 협력 관계에 있다. 영업 담당자는 고객의 요청 사항을 디자인 부서에 전달하고, 디자인 부서는 고객의 요구가 기술적으로나 디자인적으로 구현 가능한지 판단한다. 효율적으로 고객 맞춤 제품을 만들기 위해서 소통이 매우 중요하다. 인터뷰: 오상희 기자, 글: 최지민 인턴 기자, 인물 사진: 정푸르나 기자

01 클래식(Classique) 멜작을 대표하는 제품 라인. 1930년대에서 영감을 받은 물방울 모양 스위치와 수직이 아닌 경사로 처리한 플레이트 모서리가 특징이다.

02 피라미드(Pyramide) 루브르 박물관의 피라미드에서 영감을 받은 콘센트.

03 튜립 독서등(Tulipe) 원뿔 모양은 두 가지 중 선택 가능하다.

“멜작은 작은 요소 하나도 완벽하게 커스터마이징 한다.”





Haute couture «Made in France» d'appareillages électriques, MELJAC

Des interrupteurs et des prises en plastique dans un espace aussi prestigieux qu'un hôtel de luxe! Si vous avez déjà fait cette désagréable expérience que de trouver un défaut dans une Jade, vous remercieriez le ciel de la découverte de MELJAC.

Cette entreprise qui a reçu le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant) par l'Etat français a visité la Corée dans le cadre du 130e anniversaire des relations diplomatiques Corée-France. André Bousquet, fondateur de MELJAC, électricien de formation trouvait désolant de voir les appareils électriques, fonctionnels mais qui ne s'harmonisaient pas avec le reste du design d'intérieur, pour y remédier il décide de créer la griffe MELJAC pour ainsi concilier la commodité et l'esthétisme. En collaborant avec les plus grands designers et architectes, MELJAC a habillé entre autres pour la touche finale le château de Versailles, le Grand Hôtel Palais Royal Paris. Les interrupteurs et les prises sont un petit détail qui pourrait être facilement négligé, un simple regard des solutions qu'apporte MELJAC, vous persuadera que cette réponse peut devenir la dernière touche pour réhausser la qualité globale de l'espace.

Quels sont les avantages de MELJAC ?

Tout d'abord, une qualité irréprochable. Les finitions des produits MELJAC sont principalement à base de laiton, proposant 25 coloris tel que champagne, argent, chrome mat, etc. Les détails visuels sont beaux mais aussi la qualité qu'on peut ressentir au toucher est unique et ne peut-être comparé à d'autres produits. On ressent une sensation robuste dans le bruit que fait l'interrupteur lorsque l'on allume ou éteint et cela ne bouge pas d'un iota même au fil du temps. Par ailleurs, nous pouvons personnaliser toute notre production. Graver un nom ou un logo, cacher ou laisser en apparence les vis, tout est permis. Fonctionnellement, on peut encore ajouter des prises USB ou intégrer dans un seul produit diverses prises aux normes différentes. Les interphones ou les thermostats dont les caractéristiques sont variées peuvent être habillés par MELJAC, dans un souci d'uniformité.

Plan d'installation en Corée?

Déjà quatre ou cinq projets de résidences privées ont été réalisés en Corée. Certains de ces clients ont pris contact directement parce qu'il avait vu MELJAC dans un hôtel de luxe lors d'un voyage à Paris, ou MELJAC leur a été recommandé par les architectes et les designers de project. Par ailleurs, le but principal de ma présente visite est de rencontrer davantage de décorateurs d'intérieur et d'architectes travaillant en Corée, et de rechercher une manière efficace de collaboration pour de futur projets.



► 1 janvier 2017

Les appareillages électriques semblent difficiles à mettre en oeuvre seul, donc je suppose qu'une collaboration avec différents designers s'impose. Parlez-nous du processus de conception ?

La société dispose d'un Bureau d'Etudes interne pour la recherche et le design. Les conceptions principales sont décidées par André Bousquet, le fondateur, aussi nous collaborons fréquemment avec des architectes et des designers extérieurs.

Ainsi, la liseuse tactile est le fruit d'une collaboration avec l'architecte Wilmotte lors des travaux de rénovation d'un hôtel à Paris. Il nous arrive aussi de proposer du design, mais il est également important de répondre aux besoins des designers. C'est pourquoi, le service commercial et le service design travaillent en étroite collaboration. Les représentants commerciaux transmettent les exigences du client au service design, puis le service design étudie sa mise en oeuvre technique et sa faisabilité pour la conception. Une communication efficace, de qualité est très importante pour créer des produits sur-mesure.

01 Classique : Gamme de produit représentative de MELJAC. Le levier « goutte d'eau » inspiré des années 1930 et le traitement oblique, non en vertical, des bords des plaques sont caractéristiques de cette gamme.

02 Pyramide : Prise inspirée par la pyramide du Louvre.

03 Lampes de lecture Tulipe (Liseuse) : La forme conique peut être sélectionnée parmi deux façons.



« MELJAC personnalise parfaitement même les petits éléments »



BRAND

Meljac & Taillardat

**한불 130주년 기념,
EPV(Entreprise du Patrimoine Vivant)
수여 브랜드 방한**

취재 박지혜

문화의 나라, 전통의 나라로 불리는 프랑스는 2005년부터 국가가 나서서 뛰어난 기술과 전통, 문화적 가치와 프랑스적 정체성을 지닌 기업을 지원하고 있다. 'EPV(Entreprise du Patrimoine Vivant)'라 불리는 '살아 있는 문화유산기업국가위원회'가 바로 그것이다. 이 정책은 지켜가야 할 오래된 가게나 기업 지원을 통해, 이들 기술력을 지닌 기업의 지속 가능한 성장을 유도하고 이런 지속성과 성장성을 다른 가게와 기업들로 확산시키는 효과를 거두고 있다. 이렇게 명품과 브랜드를 지켜가는 프랑스의 사회적 공감대가 결국 프랑스의 기업 경쟁력과 시장 가치를 키우고 있다. 또 문화와 전통의 강국으로서 과거와 현재, 그리고 미래로 이어지는 프랑스의 정체성을 강화시켜 주는 역할도 하고 있다. 지난 14일, 15일 총 13개 기업으로 구성된 '프렌치 터치' 방문단이 한국을 방문했다. 프랑스 패션과 리빙 분야를 소개할 이 대표단은 아미(Ami), 본 구엘(Bonne Gueule), 이작 레나(Issac Reina), 르 그람(Le Gramme), 르메르(Lemaire), 멜작(Meljac), 무아소니에(Moissonier), 몰리(Molli), 오피신 제네랄(Officine Generale), 로제 프라디에(Roger Pradier), 로제아나(Roseanna), 타이아르다(Taillardat), 볼바츠(Volevatch)로 구성되었는데, 이 중 2015년에 EPV라벨을 수여한 배선전문기업 멜작(Meljac)과 2011년 EPV라벨을 수여한 가구브랜드 타이아르다(Taillardat) 대표와 브랜드를 소개하고 국내로의 확장 계획에 대한 인터뷰를 가졌다.



Interiors (Korea)

▶ 1 janvier 2017

BRAND
Meljac

자료제공 www.meljac.com



Roch Hotel



Roch Hotel

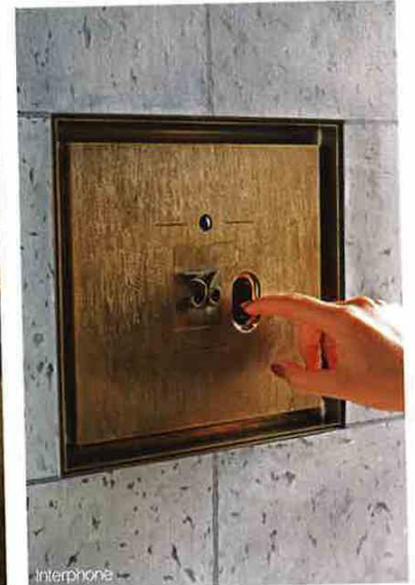
아베롱에서 태어난 Andre Bousquet가 1997년 설립한 회사 멜작은 유럽에서 처음으로 스위치보드를 플라스틱에서 메탈로 바꾼 것으로 알려졌다. 30년대의 라이프스타일에서 영감을 얻은 그는 전통적인 노하우를 통해 기능과 미학을 결합한 제품을 만들어냈다. 국제적인 확장을 통해 멜작은 현재 프랑스와 해외의 60개국에서 판매되고 있다.

장비는 주로 황동으로 만들어지지만 유리, 도자기, 알루미늄, 청동, 구리 또는 강철과 같은 다른 재료도 사용되는데, 모든 제조 단계를 마스터하기 위해 2009년 BETT COCOURT 처리 표면 작업장을 인수했다. 2012년 황동 및 독서용 램프 제품 라인에 'French French Origin' 인증 라벨을 획득했으며, 작년에는 프랑스 기업의 역사와 노하우에 대한 영광스러운 'EPV(Living Heritage Companies)' 레이블을 취득했다.

멜작의 전 제품은 모든 공정이 수작업으로 이루어지며,



Galerie des Glaces versailles



Interphone

MELJAC



Jean-Michel LAGARDE, Directeur General



멜작의 대표적인 물방울 스위치.
80x80x3-1V_V+1BP-BMC

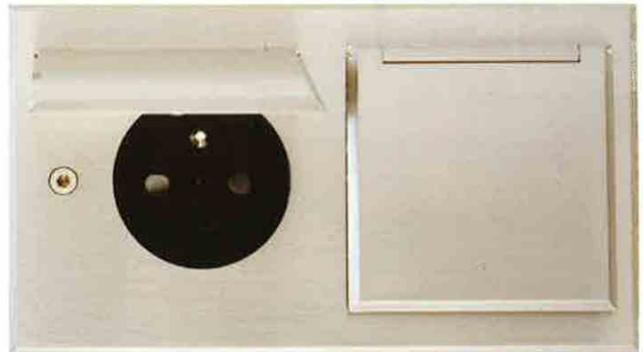


Interiors (Korea)

▶ 1 janvier 2017



에어컨, 엘리베이터, 조명, 콘센트, USB포트까지 고객의 니즈에 맞게 커스터마이징으로 제작된다.

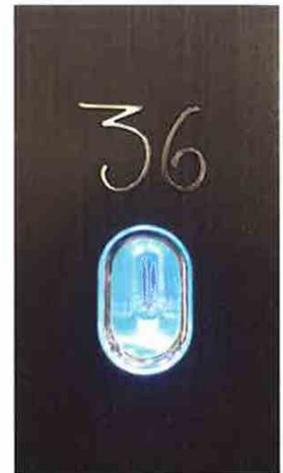


니켈, 크롬 등을 비율에 따라 조합하면서 색감을 조절하며 카탈로그에 있는 25가지의 색상을 기본적으로 가지고 있다. 멜작이라는 브랜드를 생각하면 떠올리는 것은 물방울 스위치이다. 물론 프레스 버튼이나 다양한 조작 버튼이 가능하지만, 물방울 스위치가 독보적인 이유는 클래식한 디자인과 더불어, 스위치를 온·오프할 때 찰칵거리며 움직이는 손 맛 때문일 것이다. 이 형태와 터치감과 소리까지 스위치 하나로 모든 감각을 만족시킨다. 또한, 다양한 고객의 니즈에 맞게 커스터마이징하여 많은 구의 스위치를 넣거나 조작방법을 달리하는 등의 모든 기능을 넣을 수 있다. 심지어 나사를 보이게 하거나, 보이지 않게 하거나 로고나 실명을 새기는 디테일까지도 고객의 선택에 따른다.

디자인뿐 아니라 백플레이트에서도 온전한 하모니가 이루어지는 것이 멜작의 큰 장점이다. 예를 들면, 오래된 저택에서 스위치를 멜작으로 바꿀 경우 복잡한 기존의 배선과 멜작 스위치가 기능적으로나 심미적으로 잘 호환되고 모자라거나 불필요한 부분 없이 효율성 있게 설계되도록 전기배선과 설치 및 시공까지 세심하게 계획된다. 또한 베르사이유 궁에도 멜작이 시공되었는데, 루이 왕정시대에 없었던 배선기구는 마치 원래 있었던 듯 자연스럽게 매치되도록 심플한 디자인 이면에 큰 궁전의 모든 전기기구의 배선을 소화해낸다는 사실만으로도 멜작의 호환성을 짐작하게 한다.



Liscuse Roseau



LED를 넣거나 실명을 새겨 제작되는 제품들

Peau de Python





Traduction

MELJAC & Taillardat

Visite des marques françaises labélisées EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant) dans le cadre du 130e anniversaire des relations diplomatiques Corée-France

La France, pays de culture et de tradition, soutient depuis 2005 les entreprises ayant une technologie de pointe, une grande tradition, et des valeurs culturelles conforme à l'identité française avec le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant) décerné par la Commission Nationale des Entreprises du Patrimoine Vivant. Cette politique, destinée aux anciens commerces et entreprises aux savoir-faire artisanaux méritant d'être préservé, conduit à un développement durable des sociétés possédant des technologies d'exception et incite les autres entreprises à l'excellence et à la croissance. Le consensus social de la France en faveur de la préservation des produits et des marques d'exception permet d'accroître finalement la compétitivité et la valeur marchande de ses entreprises. De plus, en tant que pays symbole de culture et de tradition, elle aide à renforcer l'identité française qui réconcilie le patrimoine et l'avenir.

Les 14 et 15 Décembre dernier, une délégation "French touch" composée d'un total de 13 entreprises a visité la Corée. La délégation représentant la mode et l'art de vivre français se composait des sociétés suivantes : Ami, Bonne Gueule, Issac Reina, Le Gramme, Lemaire, MELJAC, Moissonier, Molli, Officine Générale, Roger Pradier, Roséanna, Taillardat, Volevatch. Nous avons rencontré deux de ces entreprises : MELJAC, entreprise spécialisée dans l'appareillage électrique, qui a obtenu le label d'Etat EPV en 2015 et Taillardat, fabricant de meubles de luxe qui a eu le label EPV en 2011, ils nous racontent leur projet d'expansion en Corée.

BRAND

MELJAC

Créé en 1995 par André BOUSQUET, natif d'Aveyron, MELJAC aurait remplacé pour la première fois en Europe des interrupteurs en plastiques par du métal. Inspiré par l'art de vivre des années 30, MELJAC crée des produits qui combinent la fonctionnalité et l'esthétique grâce à un savoir-faire traditionnel. Au coeur de son développement international, ses produits sont commercialisés en France et dans 60 pays à l'étranger.

L'équipement est principalement fait de laiton, mais également d'autres matériaux nobles tels que le verre, la céramique, l'aluminium, le bronze, le cuivre ou l'acier. MELJAC a acquis en 2009 l'atelier de traitement de surfaces <Bettencourt> afin de maîtriser toutes les étapes de fabrication. La marque obtient en 2012 le label «Origine France Garantie» pour ses gammes en laiton et de liseuses ; L'année dernière elle a obtenu le prestigieux label EPV (Entreprises du Patrimoine Vivant), marque de reconnaissance par l'Etat français pour son histoire et son savoir-faire.

Tous les processus des produits MELJAC se font à la main avec une combinaison de nickel, de chrome, etc. offrant 25 teintes au choix, disponibles dans le catalogue. Quand nous évoquons



MELJAC, l'image d'un levier « goutte d'eau » vient à l'esprit. Bien sûr, des boutons pressoirs ou différents boutons sont possibles mais le levier « goutte d'eau » est unique non seulement pour son design classique, mais aussi parce que, chaque manipulation procure une sensation tactile. Avec sa forme et sa sonorité singulière, le levier MELJAC satisfait tous les sens. Presque toutes les fonctions d'installation peuvent être personnalisées, comme par exemple augmenter le nombre d'interrupteurs ou bien changer le mode d'allumage pour répondre aux besoins des clients. MELJAC propose également des réalisations sur-mesure, notamment, des détails tels que le choix des vis visibles ou invisibles, la gravure d'un logo ou d'un nom.

Il est conçu de sorte qu'il y ait une parfaite harmonie dans le design même dans son mécanisme électrique, offrant ainsi un grand avantage. Par exemple, si l'on remplace ses interrupteurs par des produits MELJAC pour la rénovation d'une maison, l'installation du câblage et sa mise en oeuvre seront soigneusement programmés pour être compatibles fonctionnellement et esthétiquement avec le câblage existant. En outre, MELJAC a habillé le château de Versailles, les appareillages électriques y sont installés si naturellement qu'ils semblent avoir fait partie du décor initial d'époque. Les produits Meljac du château sont d'une grande simplicité et en parfaite harmonie avec les autres éléments de l'époque Louis XIV, laissant deviner l'expertise de la maison en dispositifs de câblage et la compatibilité des produits MELJAC.

Photos: MELJAC offre un large éventail de possibilités : des interrupteurs, des ports USB aux thermostats ou coffrage de commande de climatiseurs, d'ascenseurs, d'éclairage en passant par les prises de courant...

Les produits gravés ou équipés de LED.

http://www.interiordesign.net/events/13891-interior-design-s-market-live-connects-100-designers-with-emerging-brands/

News

Interior Design's Market Live Connects 100 Designers With Emerging Brands

October 6, 2017
By Ryan Waddoups

[VIEW SLIDESHOW](#)



Over 100 designers gathered at *Interior Design's* New York headquarters last night to participate in Market Live, a showcase of the latest product introductions from emerging brands and makers. Inspired by our biannual Market Tabloid editions, the event saw top architects and interior designers browsing the offerings and learning about innovative new products. View the slideshow to see highlights from the event.

A big thanks to our sponsors: angela adams, Bespoke Tibetan Carpets, Fireclay Tile, Garden on the Wall, Gemstone, Grow House Grow, GT Design, 12Systems, Jillian O'Neill Collection, Meljac, Multi Tile, Roberts Plywood, Robin Reigi, Savoir Beds, SICIS, Townsend Leather, TWYLA, and Tyles.

Watch our video recap:



Erica Holborn, president of SANDOW, and Jean-Luc Deschaine of Meljac. Photography by Erik Bardin.

Tell Us Your Favorite
INTERIOR DESIGN COVER
[Pick Your Cover](#)

H₂Okinetic[®]
Technology makes
the difference
for designers.

DELTA
see what Delta can do

[SEE HOW »](#)

Traduction :

Le marché du design d'intérieur rassemble 100 créateurs et des marques émergentes

Plus de 100 designers se sont réunis hier soir au siège de Interior Design à New York pour participer à Market Live, une vitrine des dernières innovations de produits de marques et de créateurs émergents. Inspiré par nos éditions biannuelles de Market Tabloid, l'événement a vu les meilleurs architectes et designers d'intérieur parcourir les offres et découvrir les nouveaux produits.

Un grand merci à nos commanditaires: angela adams, tapis tibétains sur mesure, carreaux en argile réfractaire, jardin sur le mur, pierres précieuses, Grow House Grow, GT Design, i2Systems, collection Jillian O'Neill, **Meljac**, Multi Tile, contreplaqué Roberts, Robin Reigi, Lits de Savoir, SICIS, Cuir de Townsend, TWYLA, et Tyles.

disponible sur App Store disponible sur Android  

ROMANDIE
Média suisse fondé en 1997 - Toute l'information en temps réel

 Min : 3° C Max : 10° C Prévisions locales

SMI	-15MIN	CAC40	LIVE	DOW	-15MIN	EUR/CHF	LIVE	USD/CHF	LIVE	EUR/USD	LIVE	OR	LIVE	BRENT	PREV
8'831.30	-0.15%	5'272.41	0.01%	20'981.33	0.03%	1.0808	-0.01%	0.9928	-0.14%	1.0887	0.13%	1'266.625	-0.13%	51.44	0.4

Meljac (interrupteurs) mise sur le marché de l'hôtellerie et l'export

Paris - Le fabricant français d'interrupteurs de luxe Meljac table sur l'exportation et le marché de l'hôtellerie pour poursuivre sa croissance, après avoir enregistré une forte reprise de son activité en 2016.

"On a repris la dynamique" en 2016, a résumé le directeur général Jean-Michel Lagarde, jeudi devant la presse.

Le chiffre d'affaires du groupe avait diminué en 2014, puis stagné en 2015, avant de rebondir de 17% l'année dernière pour atteindre 7,6 millions d'euros.

L'enjeu pour Meljac va être de "tenir un rythme de 8 à 10% par an avec deux moteurs: l'export et l'hôtellerie", a indiqué M. Lagarde. L'objectif est d'atteindre les 10 millions d'euros en 2020,

En 2016, les ventes en France (54% du chiffre d'affaires total) ont progressé de 15%.

"La reprise s'est faite beaucoup à travers l'hôtellerie" après une période "attentiste" notamment dans le contexte des attentats d'une concurrence plus vive, a expliqué le directeur général.

La société a réalisé plusieurs chantiers dans l'hôtellerie très haut de gamme (Meurice, George V à Paris) et d'autres sont en cours (Park Hyatt et Crillon à Paris, Nomad à New York, Four Seasons à Miami).

News les plus lues

- 08:48 **Séoul dit non à Trump qui lui demande de payer le bouclier antimissile**
- 08:36 L'UE va discuter d'une adhésion post Brexit pour une "Irlande unie"
- 08:34 Principales informations avant-Bourse
- 08:32 **Bourse Zurich: prudence avant le week-end, UBS s'envole**
- 08:21 A New York, des filles sans-abri découvrent le scoutisme
- 08:12 L'Allemagne interdit partiellement le port du voile intégral
- 08:04 GB: opération antiterroriste, quatre arrestations, une femme blessée
- 08:01 UBS déçoit les attentes au 1er trimestre, bénéfice net en hausse de 80%
- 07:22 Big data: Thales annonce l'acquisition de l'américain Guavus pour 215 M USD
- 07:09 **UBS déçoit les attentes au 1er trimestre, bénéfice net en hausse de 80%**
- 06:31 Sondage Tamedia sur les votations: majorité stable en faveur de la loi sur l'énergie

Meljac y installe des interrupteurs et des prises, mais aussi des habillages de mécanismes (alarmes, systèmes domotiques, climatisation).

"L'hôtellerie de luxe est une vitrine pour nous", souligne M. Lagarde, car la clientèle des palaces peut avoir envie d'équiper son domicile.

Le marché hôtelier n'est pas majoritaire en France, où il pèse de 30 à 40% des ventes, contre 60 à 70% pour la rénovation et le résidentiel.

M. Bousquet insiste aussi sur le "Made in France" avec un label obtenu en 2012. Meljac fabrique ses produits en région parisienne.

L'année 2016 a été également bien orientée à l'exportation (37% du chiffre d'affaires) avec une croissance de 20%.

Les premiers marchés de Meljac sont la Suisse, la Russie et l'Italie, mais le groupe s'est aussi récemment développé aux Etats-Unis et au Royaume Uni. Ces deux pays sont des priorités pour le groupe qui vise une croissance à deux chiffres à l'international.

sbo/ef/az

HYATT HOTELS CORP

(©AFP / 27 avril 2017 16h47)

0 commentaires

Trier par