



REVUE DE PRESSE

Savoir-Faire & Made in France



MEL J A C ■

SIGNATURES SINGULIÈRES

Le magazine digital des talents français

ACCUEIL CRÉATEURS SINGULIERS INTÉRIEURS UNIQUES PIÈCES ORIGINALES GRIMOIRES ADRESSES SECRÈTES VENTES SINGULIÈRES A PROPOS CONTACT

Les interrupteurs Meljac conjuguent design et savoir-faire

© juillet 3, 2019 - Claire Bossu-Rousseau - Savoir-faire - 0 Commentaires



La société Meljac fabrique des interrupteurs et des prises de courant haut de gamme en laiton, verre et porcelaine. Mais aussi des liseuses, des habillages de lecteurs de carte, de climatisation, de plaques de portes ou d'ascenseurs, des sonnettes... Ses créations séduisent de nombreux architectes, décorateurs et particuliers.

Des interrupteurs raffinés

Un interrupteur ne doit pas être seulement fonctionnel. Il doit être séduisant voire sensuel. Vos envies m'inspirent. » C'est ce que déclarait André Bousquet, fondateur de Meljac en 1995. Originaire d'une petite commune de l'Aveyron, André Bousquet crée sa société d'installations électriques à Paris. Il s'aperçoit alors qu'il manque une touche finale aux appareillages électriques sur les chantiers. Il décide de lancer son entreprise de fabrication d'interrupteurs qu'il baptise Meljac, nom de son village natal. Précurseur et avant-gardiste, André Bousquet rencontre vite le succès avec des créations au design léché.



SUIVEZ-NOUS



NEWSLETTER

Entrez votre adresse mail pour recevoir le meilleur de Signatures Singulières

E-mail

S'abonner

Rechercher...



ligne roset®



MILLON

Maison de ventes aux enchères depuis 1925





Interview de Jean-Michel Lagarde
Directeur général de Meljac

Les créations de Meljac n'ont pour limite, semble-t-il, que l'imagination de ses clients. Quelle est la commande la plus étonnante faite à Meljac ?

Jean-Michel Lagarde : en effet nous sommes un outil permettant de traduire la créativité des architectes, grâce à notre savoir-faire et notre capacité à répondre aux besoins exigeants du sur-mesure. C'est notre goût pour l'innovation qui nous enthousiasme à relever le challenge ! Par exemple, l'une des réalisations les plus extravagantes résulte d'une demande d'un prince du Moyen

Orient, qui souhaitait un interrupteur en forme de papillon pour sa fille passionnée par ces insectes ! Nous avons élaboré un vrai bijou : un papillon en bronze, serti de pierre précieuse (labradorite) doté d'un bouton poussoir ! C'est ainsi qu'est née notre collection PRESTIGE.

Les références des clients de Meljac donnent le tournis : le Château de Versailles, le Musée du Louvre, l'hôtel Four Seasons George V, l'hôtel Danieli à Venise... Un autre nom prestigieux pour 2020 ?

Jean-Michel Lagarde : de nombreux beaux projets sont en cours, les plus connus sont des palaces et des hôtels 5* et parmi eux : le Cheval Blanc Paris, le Mandarin Oriental ou encore le luxueux hôtel Aman de New-York. Pour ces chantiers, nous réalisons des produits sophistiqués mis au point et testés par notre bureau d'études ; par exemple un pupitre en laiton gravé du logo de l'établissement, qui centralise toutes les commandes de la chambre. Chaque projet est différent et c'est ce qui rend notre métier passionnant.

Meljac ouvre sa 1ère filiale en 2018 et choisit les Etats-Unis. Pourquoi ?

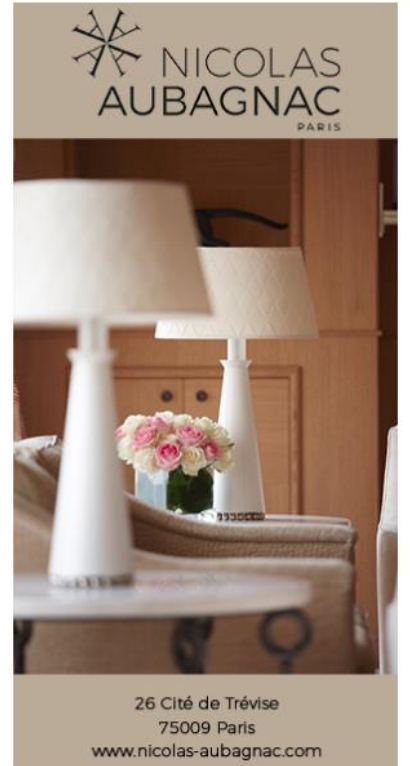
Jean-Michel Lagarde : après plusieurs années de présence au travers d'un distributeur, il devenait nécessaire d'établir une relation directe avec les clients sur ce marché spécifique. La présence en propre permet de mieux appréhender les projets, d'optimiser le service client et la réactivité, et ainsi d'exploiter tout le potentiel de ce secteur géographique.

La filiale Meljac North America est représentée au sein du groupement Par Excellence, à New-York, showroom des savoir-faire français d'exception. Quelle incidence déjà pour Meljac ?

Jean-Michel Lagarde : nous avons intégré le groupement récemment et avons déjà participé à plusieurs événements et initié de nombreux contacts (architectes, décorateurs, etc.). Notre démarche s'inscrit sur le long terme. Par Excellence est une belle vitrine qui nous permet de bénéficier d'une présence à New-York, en plus du siège de notre filiale basée à Los Angeles. C'est un appui de taille pour notre distribution locale. Le showroom Par Excellence rassemble des noms prestigieux du savoir-faire français et nous sommes fiers d'y figurer !

Des produits novateurs et attrayants

Inspirés par l'art de vivre des années 30, symbolisés par le levier « goutte d'eau », les interrupteurs sont très élégants. Et, surtout, les modèles – en laiton, porcelaine, verre et plexiglass – sont personnalisables ! Tout d'abord, les clients ont le choix des mécanismes : leviers, boutons poussoirs, mini boutons etc. Ensuite, ils ont également la possibilité de faire graver des mots, symboles, pictogrammes, voyants, etc. Enfin, la sérigraphie alternative à la gravure permet d'imprimer en couleur un motif, un logo, ou même une photo !



ARTICLES RÉCENTS



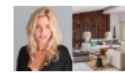
Les interrupteurs Meljac conjuguent design et savoir-faire

» [Savoir-faire](#)



La Cour d'Orgères une histoire autour de la confiture

» [A la une](#)



Stéphanie Coutas Une villa ethnique chic

» [Les Décorateurs](#)

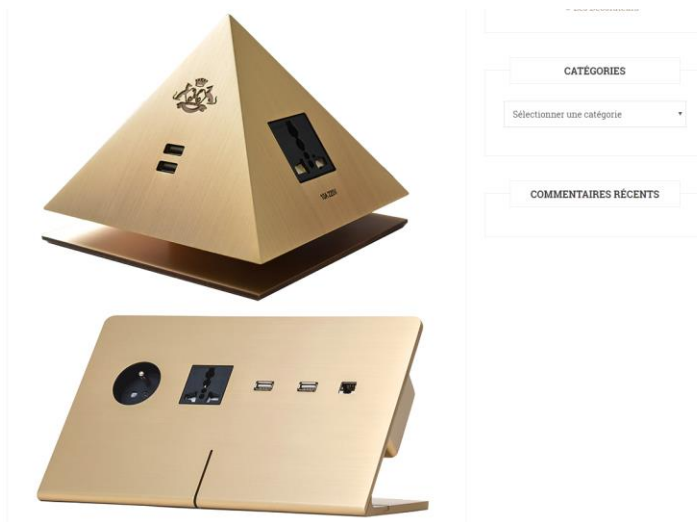


Martin Massé designer de talent

» [Designers](#)

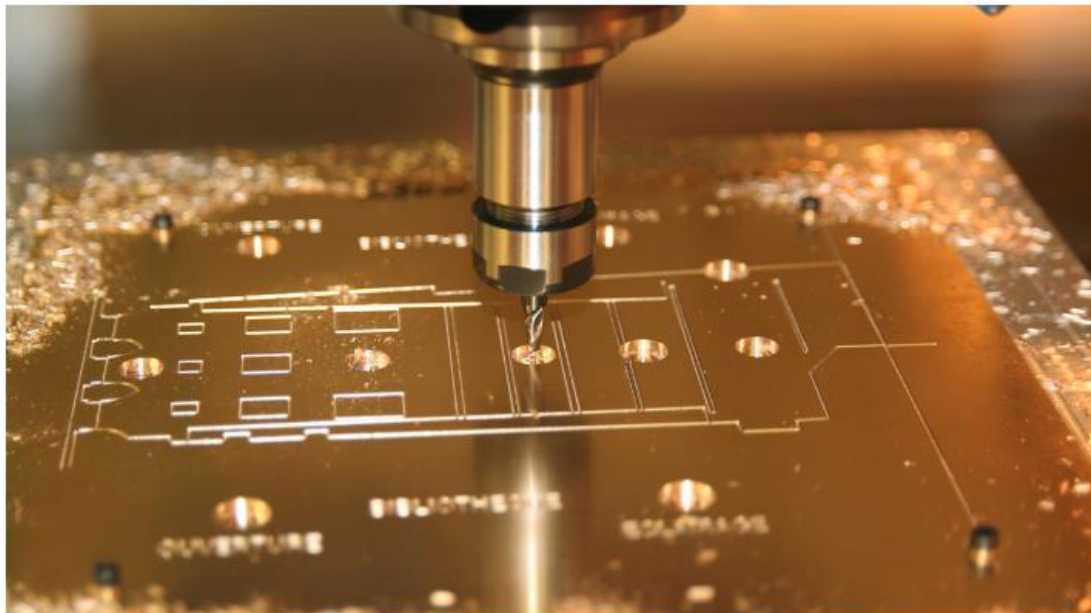


Marie Christine Dorner à l'ombre des nîns



Un savoir-faire traditionnel français tout en finesse

Car les créations de Meljac sont fabriquées à la main en France. Et ce, à chaque étape du processus. En 2015, l'entreprise sera la première de son secteur d'activité à obtenir le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant). En 2018, Meljac ouvre une filiale aux Etats-Unis. Signatures Singulières salue ce parcours lumineux.



Meljac

▼ Decoration, Interrupteur, Laiton, Meljac, Savoir-Faire
➤ Savoir-Faire

www.usinenouvelle.com

L'USINE NOUVELLE

N° 3620-3621 . DU 18 JUILLET AU 28 AOÛT 2019 . 6,90 EUROS

L'ENTRETIEN

David Baverez, business angel « Dans la guerre sino-américaine, il faut devenir agent double »

PAGE 6

ÉVÉNEMENT

Le tourisme industriel, toujours plus populaire

PAGE 8

REPORTAGES

L'art de Givaudan pour mettre ses nez au parfum

PAGE 82

À bord de la première centrale nucléaire flottante

PAGE 84

INDUSTRY STORY

Sur la plage du World trade center

PAGE 97



LE LUXE UNE PASSION FRANÇAISE

Les industriels Kering, Hermès, L'Oréal et LVMH dominent le marché mondial et s'appuient sur des savoir-faire historiques ancrés dans les territoires. Tour de France de ces champions de l'excellence.

LAUNE

ILE-DE-FRANCE

GRANDS PATRONS ET **PETITES MAINS**

Dans le Grand Paris, l'industrie du luxe est incarnée par la présence des grands groupes mondiaux et de prestigieuses maisons qui font vivre un réseau de proximité d'artisans d'art.

DE NOTRE CORRESPONDANT, PATRICK DÉSAVIE



300

ATELIERS DE MODE à Paris

500 ENTREPRISES de la filière parfumerie-cosmétique dans la région, soit 29 % des établissements à l'échelle nationale

16 HÔTELS DE LUXE en 2018 à Paris pour 2367 chambres (+46,5% par rapport à l'an 2000)

Début juillet, la Paris fashion week dédiée à la haute couture a attiré plusieurs milliers de visiteurs, stars, clients, acheteurs, journalistes, influenceurs, créateurs. Un rituel qui se déroule deux fois par an avec, à chaque édition, une trentaine de défilés. Un ballet réglé de main de maître par la Fédération de la haute couture et de la mode, le seul groupement professionnel ayant cette vocation dans le monde. «Le label haute couture, né à Paris, n'existe

qu'en France. Dans le secteur du luxe, se revendiquer de Paris représente un énorme atout», explique Jacques Leroux, le délégué mode, design, création et métiers d'art à la chambre de commerce et d'industrie de Paris Ile-de-France.

Ce rappel sonne comme une évidence. Paris, capitale de l'art de vivre et du luxe avec ses boutiques de grands couturiers, ses neuf restaurants trois étoiles et son hôtellerie du segment premium, forte de dix palaces, et toujours en phase d'augmentation de sa capacité comme l'atteste l'ouverture prochaine du Cheval Blanc dans le magnifique immeuble art déco abritant jadis le grand magasin La Samaritaine. «Historiquement, la concentration des acteurs s'est faite en région parisienne et celle-ci demeure la plus dynamique pour l'industrie du luxe», souligne Jacques Leroux.

C'est à Paris que le franc-comtois Louis Vuitton est venu apprendre son métier de malletier et c'est à Asnières, dans les Hauts-de-Seine, qu'il a installé son atelier en 1859 pour développer son entreprise. Quelques années auparavant, c'est encore à Paris que Thierry Hermès a ouvert sa première manufacture de sellerie en 1837. La plupart des groupes du luxe français ont maintenant leur quartier général en Ile-de-

France, à commencer par LVMH et Kering, les deux mastodontes du secteur. Mais il n'y aurait pas de grands patrons dans le luxe sans l'armée de petites mains de l'artisanat d'art, disséminée à travers des ateliers de taille modeste, encore très vivace en Ile-de-France. «L'existence des métiers d'art n'est pas dissociable de l'écosystème de l'industrie du luxe dont ils sont la partie immergée. L'industrie du luxe serait moins performante sans ces métiers, mais ces derniers auraient disparu sans les commandes de l'industrie du luxe», analyse Jacques Leroux.

Ces dernières années ont vu s'accélérer un mouvement d'intégration verticale et le rachat de nombreux ateliers fournisseurs par leurs grands clients soucieux de pérenniser les savoir-faire artisanaux. Ainsi, Chanel a-t-il créé une filiale spécifique pour regrouper ces PME souvent fragiles. Et la célèbre maison de la rue Cambon à Paris installera bientôt ses artisans sous un même toit, celui de «la manufacture de la mode» en cours de construction à Aubervilliers. Pour une marque de luxe, il y a sans doute des adresses plus prestigieuses que la Seine-Saint-Denis et sa ban-



Héritière d'une tradition de travail du textile datant du XVII^e siècle,

l'Ile-de-France a peu à peu perdu sa vocation productrice. Parallèlement, elle a vu prospérer les plus prestigieuses maisons de haute couture et de mode ainsi que des groupes de luxe comme LVMH et Kering. La région a su conserver un tissu dense et diversifié d'entreprises de métiers d'art indispensables.



Il y a plus de vingt ans qu'Hermès a fait le pari d'implanter ses ateliers de maroquinerie à Pantin.

lieue ouvrière. Mais cette dernière, qui a connu la désindustrialisation, a l'avantage d'offrir d'appréciables disponibilités foncières à moindre coût. Hermès a ouvert la voie, il y a maintenant deux décennies, en délocalisant à Pantin son plus important atelier d'articles de maroquinerie ainsi que des équipes administrative et de création. Depuis, Hermès a doublé la superficie de son site où travaillent désormais 1 400 salariés. Toujours en quête d'espace pour sa production, le sellier achève par ailleurs la construction d'une unité de fabrication de sellerie-marroquinerie à Montereau-Fault-Yonne (Seine-et-Marne). Elle entrera en service en 2020 avec 250 salariés.

Un foyer d'effervescence créatrice

À Pantin, Hermès a été rejoint par Chanel qui y a installé quelques-uns de ses fleurons dans les métiers d'art, ainsi que la direction du patrimoine et le pôle R&D du groupe. Et ce à la grande satisfaction de la mairie qui, pour attirer les entreprises, a mis en place un dispositif partenarial de développement actif des grands comptes. C'est encore à Pantin que l'École supérieure des métiers de la mode (Esmo) a choisi de transférer une partie de ses cours et que les Compagnons du Devoir ont implanté leur pôle d'excellence des matériaux souples qui forme des spécialistes au travail des peaux. «La créativité est l'un des critères pour se revendiquer marque de luxe. On ne l'est pas si on n'est pas porté par un courant créatif qui va assurer en permanence l'adéquation



MELJAC
LE LUXE ELECTRIQUE A LA FRANÇAISE

Fondée par André Bousquet, l'entreprise fabrique des commandes, des prises de courant, des plaques de lit d'une esthétique parfaite et dans des matériaux nobles tels le laiton massif, le verre trempé, la porcelaine de Limoges que ses ouvriers travaillent avec patience et passion. Meljac conçoit également des produits sur mesure comme la multiprise pyramidale [photo] créée pour l'hôtel Meurice et rappelant la pyramide du Louvre voisine du célèbre établissement parisien. « Depuis trois ou quatre ans, nous connaissons en France un taux de croissance qui est parfois à deux chiffres, notamment grâce à l'hôtellerie de luxe »,

détaille Jean-Michel Lagarde, le directeur général de cette société labellisée Entreprise du patrimoine vivant. Meljac a réalisé un chiffre d'affaires de 8,5 millions d'euros en 2018, dont 35 % à l'export. L'entreprise de 70 personnes possède deux ateliers, l'un à Neuilly-Plaisance (Seine-Saint-Denis), l'autre à Villeneuve-le-Roi (Val-de-Marne). « Être en Ile-de-France nous permet de nous tenir au plus près de notre principal marché. C'est un énorme atout commercial, car toute la conception architecturale est à proximité », souligne Jean-Michel Lagarde.

M. MURATET/DIVERGENCE, MELJAC

de la marque avec son temps», note Élisabeth Ponsolle des Portes, la déléguée générale du Comité Colbert, qui promeut l'industrie du luxe en France et à l'étranger. L'Ile-de-France est un grand foyer d'effervescence créatrice qui attire les créateurs et en forment également grâce à des écoles spécialisées de renom tel l'Institut supérieur international du parfum, de la cosmétique et de l'aromatique alimentaire, à Versailles, dans les Yvelines. Créé à l'initiative de Jean-Jacques Guerlain en 1970, l'Isipca forme, notamment, des « nez » pour la parfumerie ou encore des spécialistes de la chimie appliquée aux cosmétiques. « Nous proposons également des prestations scientifiques aux entreprises qui souhaitent, par exemple, réaliser des analyses physico-chimiques ou sensorielles sur leurs produits », précise Cécile Ecalte, la directrice de l'école. Plus que jamais, les grandes maisons sont, en effet, confrontées au défi d'innover. « Les principaux consommateurs de produits de luxe sont, aujourd'hui, les millennials, notamment ceux d'Asie. Ils consomment en ligne et recherchent

LA UNE

LAUNE



MAISON TAMBOITE
LE VELO SUR MESURE

À Paris, le vélo a aussi sa maison de luxe avec les ateliers Tamboite, dont chaque exemplaire est entièrement réalisé sur mesure. « Tout commence par une séance de prise d'une quinzaine de mesures comme chez un tailleur », témoigne Frédéric Jastrzebski qui, en 2014, a relancé cette TPE familiale créée en 1912. Joséphine Baker, Bourvil ou encore Coluche ont enfourché ces deux-roues fabriqués de manière artisanale avec de l'acier allégé, des cuirs nobles et des bois dans des essences variées. Mais l'esthétique côtoie toujours la technologie. Ainsi le modèle Henri [photo] peut être équipé d'un moteur électrique hybride piloté par une application. Un tel bijou se paie au prix de la passion, entre 11 000 et 15 000 euros, mais aussi de la patience, car il faut trois à quatre mois pour le ciseler.

des produits innovants», assure Claire Domergue, la directrice de la publication du magazine «Luxus +» et organisatrice du Luxury marketing innovation summit qui s'est tenu fin juin à Paris. Plusieurs accélérateurs de start-up spécialisés ont vu le jour ces dernières années : Look Forward du groupe d'e-commerce Showroomprivé, Lafayette Plug and Play plutôt orienté vers la vente au détail et l'expérience client, ou encore La Maison des startups créée par le groupe LVMH et installée à Station F.

Des start-up pour innover

«Le monde évolue rapidement et la collaboration de nos maisons avec les start-up enrichit notre capacité à innover», explique Lætitia Roche-Grenet, la directrice synergies business du groupe LVMH. Issue d'un recrutement international, chaque promotion de 25 start-up reste en résidence à Station F durant six mois. «Les entreprises hébergées sont des sociétés jeunes, mais ayant un niveau de maturité suffisant pour être capables de collaborer avec les maisons du groupe», assure Lætitia Roche-Grenet. Si les start-up ne sont pas assurées de devenir fournisseurs de LVMH au terme de leur passage à Station F, au moins auront-elles eu la possibilité de se voir ouvrir les portes de l'écosystème du groupe.

S'inscrire à la newsletter ✉

ABONNEZ-VOUS

IDENTIFIEZ-VOUS

L'ACTU EMPLOI & CARRIÈRES TROUVEZ VOS FOURNISSEURS NOS ÉVÈNEMENTS ET FORMATIONS APPELS D'OFFRES INDUSTRIE EXPLORER INDICES & COTATIONS

🏠 AÉRO AGRO AUTO ENERGIE IA INDUSTRIE 4.0 SANTÉ RH QUOTIDIEN DES USINES ECO MATIÈRES PREMIÈRES SUCCÈS ÉTRANGERS L'USINE CAMPUS VIDÉO BLOGS ET AUSSI 🔍

Accueil > Luxe

< Le luxe, une passion française 4 / 4 >

[Le luxe en Île-de-France] Grands patrons et petites mains

DE NOTRE CORRESPONDANT, PATRICK DÉSAVIE | HERMÈS, LVMH, ENQUÊTE, SÉRIE D'ÉTÉ, IMAGES

PUBLIÉ LE 22/07/2019 À 15H00

Pour lire l'intégralité de cet article, [testez gratuitement L'Usine Nouvelle - édition Abonné](#)

A LA UNE Dans le Grand Paris, l'industrie du luxe est incarnée par la présence des grands groupes mondiaux et de prestigieuses maisons qui font vivre un réseau de proximité d'artisans d'art.



Il y a plus de vingt ans qu'Hermès a fait le pari d'implanter ses ateliers de maroquinerie à Pantin.

Début juillet, la Paris fashion week dédiée à la haute couture a attiré plusieurs milliers de visiteurs, stars, clients, acheteurs, journalistes, influenceurs, créateurs. Un rituel qui se déroule deux fois par an avec, à chaque édition, une trentaine de défilés. Un ballet réglé de main d'œuvre et de machines.

L'ÉDITION ABONNÉ

- ✓ Toute l'actualité de l'industrie
- ✓ Les contenus L'Usine Nouvelle en illimité
- ✓ Le Magazine et sa version digitale



La suite de cet article est réservée aux Abonnés.

Bénéficiez de l'édition Abonné pour moins d'1€ par jour.

>> Découvrir les offres

Déjà abonné ? Se connecter

Booi

ESPACE ABONNÉS

- > Modifier mes informations
- > Consulter le magazine
- > Accès aux archives
- > Sommaire du dernier numéro
- > Nous contacter



INSCRIVEZ-VOUS aux webinars

NOS ÉVÈNEMENTS

- 10/09/2019 > L'INDUSTRIE VUE DU CIEL - ISAE SUPAERO
- 24/09/2019 > TROPHÉES DES FEMMES DE L'INDUSTRIE [-...]
- 08/10/2019 > MASTERCLASS DE L'INDUSTRIE[...]
- 05/11/2019 > LES ASSISES DE L'INDUSTRIE

> Tous nos événements



INSCRIVEZ-VOUS aux webinars

NOS ÉVÈNEMENTS

- 10/09/2019 > L'INDUSTRIE VUE DU CIEL - ISAE SUPAERO
- 24/09/2019 > TROPHÉES DES FEMMES DE L'INDUSTRIE [-...]
- 08/10/2019 > MASTERCLASS DE L'INDUSTRIE[...]

⇒ Contenu abonné : idem que l'article précédent dans la version « print » de L'Usine Nouvelle

IDEAT

CONTEMPORARY LIFE

SPÉCIAL
ARCHITECTURE

Paris

Les frères Bouroullec,
artisans de l'eau vive
sur les Champs-Élysées

Pennsylvanie

George Nakashima Woodworkers:
promenade dans les bois

São Paulo ▶

Isay Weinfeld,
l'architecte cinéaste

Milan

L'agence paradis
de Cino Zucchi

Tanger

Ville kaléidoscope

Bade-Wurtemberg

Road trip Bauhaus
de Stuttgart à Karlsruhe



M 02689 - 16H - F: 9,90 € - RD



LE PLUS ARCHI DES MAGAZINES DE DÉCO

Hors-série architecture n° 16 - Juin 2019 - 9,90 € - www.ideat.fr

Meljac sur un courant porteur

Par Olivier Waché



En presque vingt-cinq ans d'existence, l'entreprise française d'appareillages électriques haut de gamme a su imposer son savoir-faire auprès de nombreux hôtels et palaces, en France comme à l'étranger.

Lorsqu'en 1995, André Bousquet, qui dirige alors une société d'installations électriques à Paris, crée Meljac, du nom de son village natal, tout part d'un constat : sur les chantiers, les appareillages électriques ne sont jamais mis en valeur, alors qu'ils participent pourtant à la signature du lieu. En s'intéressant à ce qui semble être un détail, mais qui est loin d'en être un, l'entrepreneur a été bien inspiré. Plus de vingt ans plus tard, Meljac, avec ses 70 collaborateurs, a su s'imposer comme un incontournable du secteur, grâce à ses interrupteurs et prises de courant haut de gamme en laiton, véritable signature de la maison. La marque française, détentrice du label « Origine France Garantie » (OFG) depuis 2012 et reconnue « Entreprise du patrimoine vivant » en 2015, rayonne dans le monde entier. Là encore, l'intuition du dirigeant a été la bonne, puisque, dès 1997, Meljac s'ouvrait à l'international. Elle y réalise aujourd'hui, avec sa soixantaine de revendeurs agréés, 35 % de son chiffre d'affaires (7,4 millions d'euros en 2017). Enfin, Meljac a créé, en 2018, sa première filiale sur la côte Ouest des États-Unis, ce qui lui offre une plus grande réactivité vis-à-vis des projets américains.

Au service des architectes et décorateurs

Cette proximité est un atout pour l'entreprise, qui, si elle travaille pour les particuliers, est un interlocuteur privilégié pour les architectes et décorateurs d'intérieur. Meljac collabore avec de grands prescripteurs, parmi lesquels Tristan Auer, Joseph Dirand, Jacques Garcia, Sarah Lavoine, Christian Liaigre, Bruno Moïnard, Jean-Michel Wilmotte... L'entreprise est aussi très active dans le domaine du *contract*, et particulièrement dans

1/ Inspirée de l'art de vivre des années 30 symbolisé par le levier en forme de goutte d'eau, la collection « Classique », best-seller des gammes de Meljac, est réputée pour la sobriété de ses formes chanfreinées.

2/ L'entreprise française, particulièrement dynamique dans le secteur du *contract*, propose tous les matériaux électriques nécessaires aux hôtels, comme ce lecteur de carte magnétique.

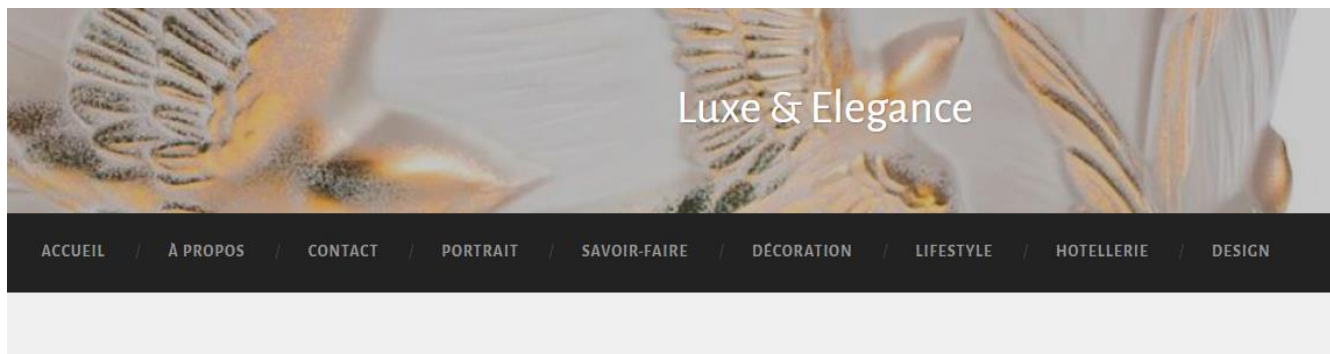


celui de l'hôtellerie. « Ce secteur représente 30 % de notre chiffre d'affaires », indique Jean-Michel Lagarde, directeur général de l'entreprise depuis 2015. La liste des références pourrait faire pâlir d'envie nombre de concurrents : les Four Seasons de Paris (George-V), de Miami et de Bahreïn, l'hôtel Grand Powers et La Réserve, à Paris, les Aman de Venise et du Monténégro, le Royal Mansour à Marrakech... Et l'histoire ne s'arrête pas là : « Nous travaillons actuellement sur plusieurs beaux projets, dont le Mandarin Oriental et le Cheval Blanc, à Paris, et l'Aman de New York, avec des réalisations sur mesure », indique le directeur général, qui prononce là le mot-clé. Chez Meljac, le sur-mesure est en effet non pas l'exception, mais plutôt la règle. L'entreprise consacre 5 % de son chiffre d'affaires à l'innovation, et les équipes de recherche et développement du bureau d'études sont à même d'imaginer toutes les solutions. Mécanismes, finitions, dimensions, personnalisation, tout peut être envisagé grâce leurs compétences et à leur expérience dans la fabrication manuelle. « Nous sommes l'outil qui permet de traduire la créativité des architectes, grâce à notre savoir-faire et à notre capacité à répondre aux besoins exigeants du sur-mesure », indique Jean-Michel Lagarde. Notre goût pour l'innovation nous pousse à relever les challenges. De plus, notre offre s'adapte à tous les systèmes domotiques, indispensables aujourd'hui dans l'hôtellerie. Nous les rendons esthétiques et personnalisables. » À l'exemple de la multiprise Pyramide. Cet objet original par sa forme, inspiré de la pyramide du Louvre, située à quelques pas de l'hôtel Meurice, à Paris, est le fruit d'une commande spécifique pour le palace. Chaque chambre est ainsi équipée d'un modèle, qui plus est gravé du logo de l'établissement. Dernièrement, Meljac a mis au point un tableau de commandes personnalisé pour le Lutetia : le Z. En multipliant les modèles et les matériaux (outre le laiton, le fabricant propose la porcelaine de Limoges, le verre, le Plexiglass...), l'offre ne semble pas avoir de limites, et continue de convaincre.



3/ Tout en discrétion et en élégance, les modèles en laiton réalisés à la main dans les ateliers de Meljac s'adressent à une clientèle haut de gamme. La marque est ainsi présente dans nombre de palaces du monde entier. 4/ USB, HDMI, sono... Meljac propose des prises sur mesure, où de nombreuses fonctions électriques peuvent être groupées.

le 11/04/19



Portrait



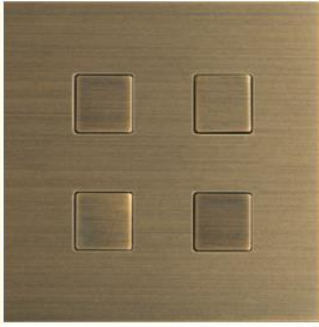
MELJAC

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



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

© 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 de 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,
LANCÉZ-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



. C A F É .

LE TRÈS FRANÇAIS



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 se joue 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 MERQUIS !

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 WLTP. 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



ACCUEIL AUTOMOBILE/MOTO CUISINE DÉCORATION/MAISON MARKETING SANTÉ SCIENCE SPORT VOYAGE LIFESTYLE FINANCE

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

Les objets déco à appareillage électrique sont très inspiré 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:

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



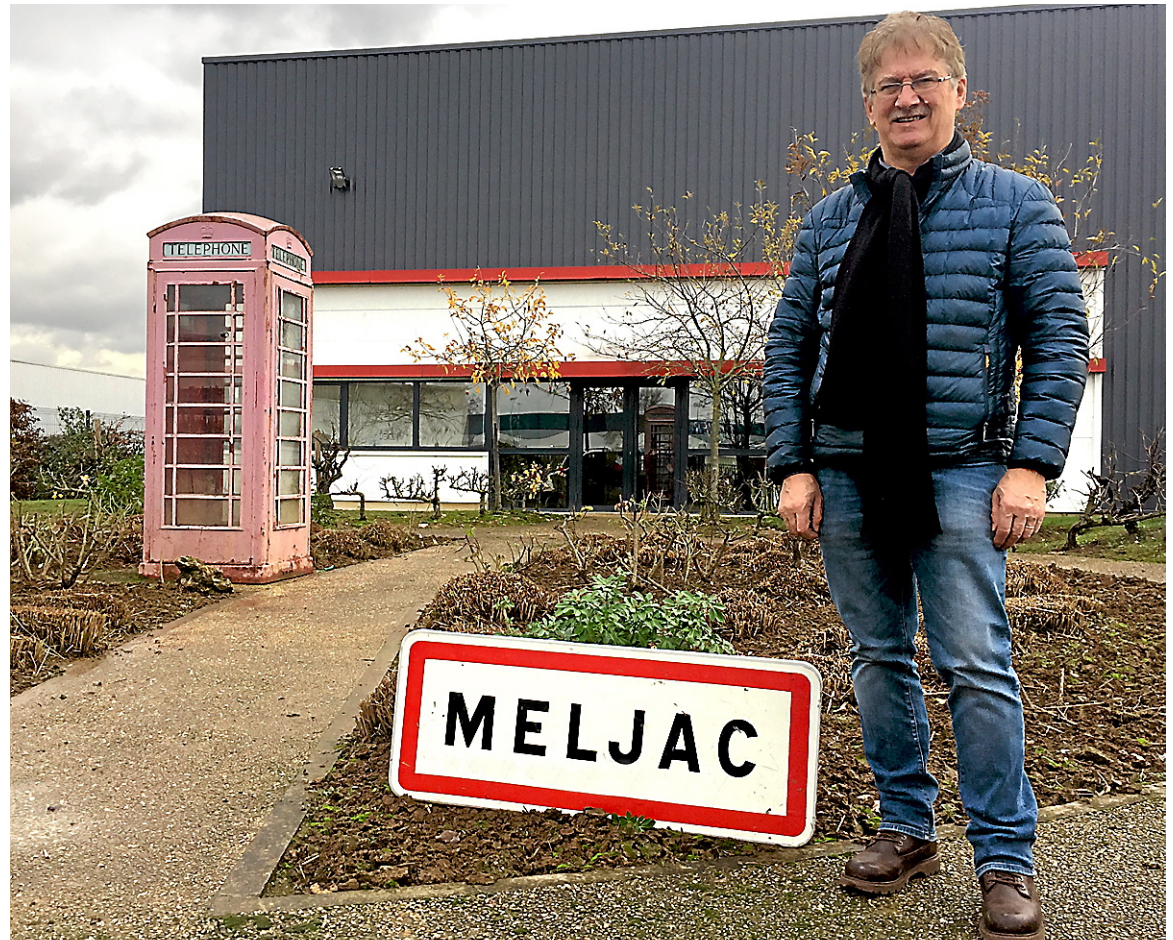
Tous les dimanches, partez à la découverte de votre département.



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 !

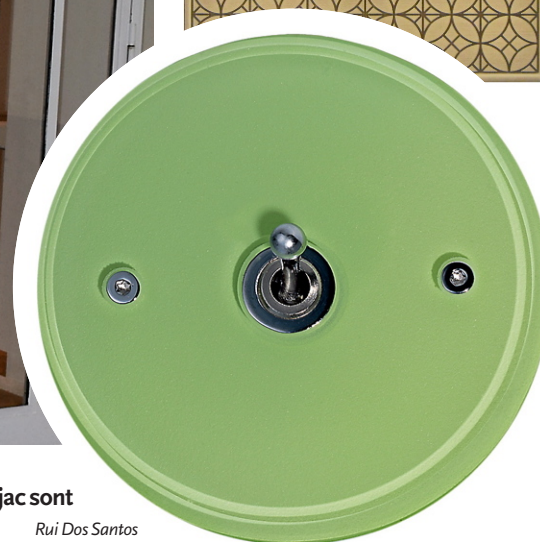
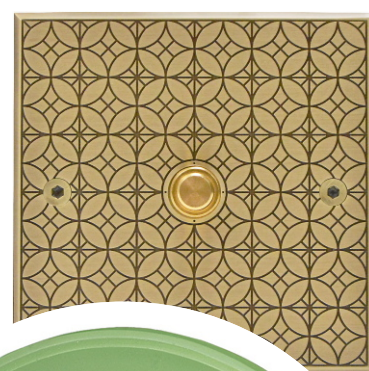
RUI DOS SANTOS

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.

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".

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

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



Français / English

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
- 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 Saverny », 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-



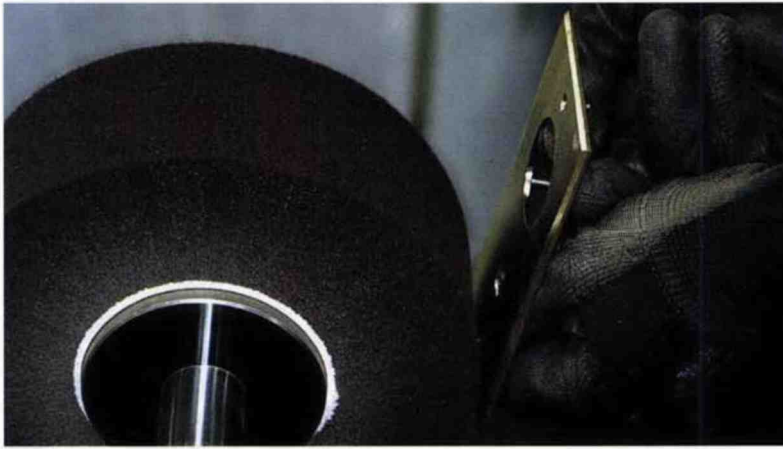
“ Un consommateur n'achète pas un produit uniquement parce qu'il est fabriqué en France. En revanche, s'il s'agit d'un bon produit et qu'en plus il est “made in France”, il en retire une certaine satisfaction, considérée comme un acte citoyen. ”

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

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

+ 17%
DE CROISSANCE
SUR 1 AN

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.

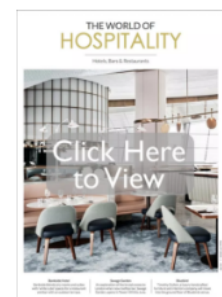
MELJAC now installs sophisticated multimedia systems as mediaHub TeleAdapt. Hotel guests can choose all kind of connectors, USB, USB2, HDMI, Bluetooth, remote activation...

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).

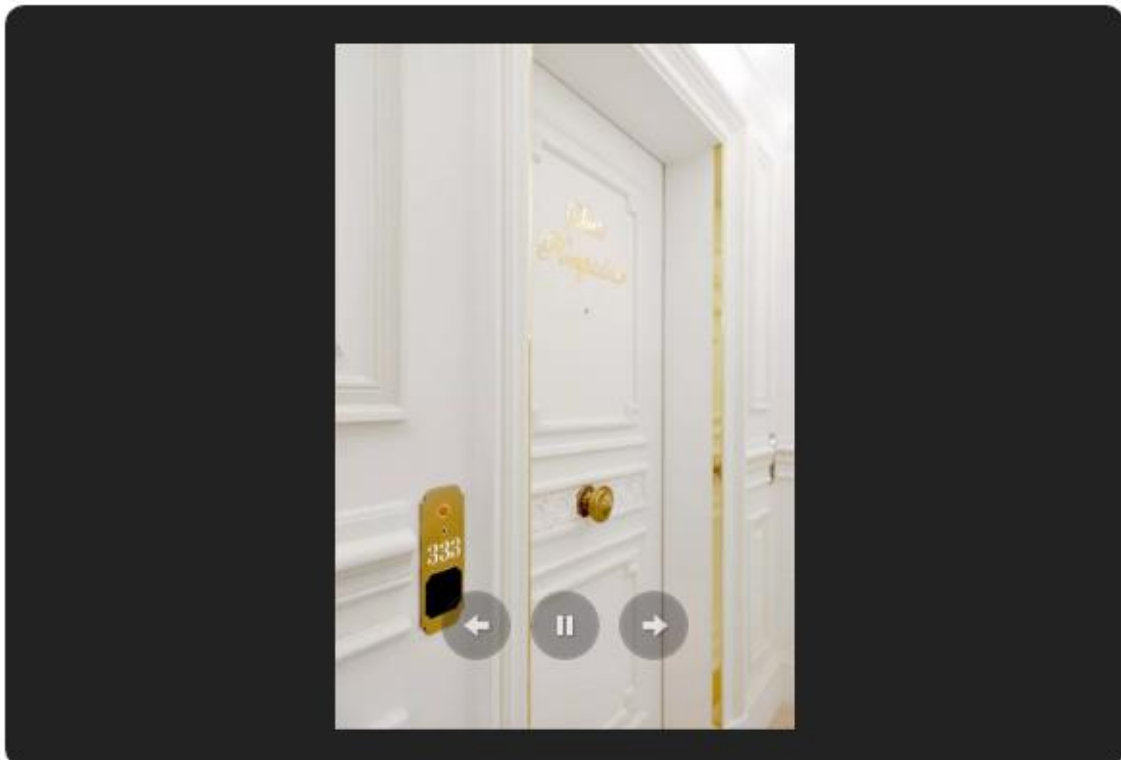
M E L J A C

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



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 ».



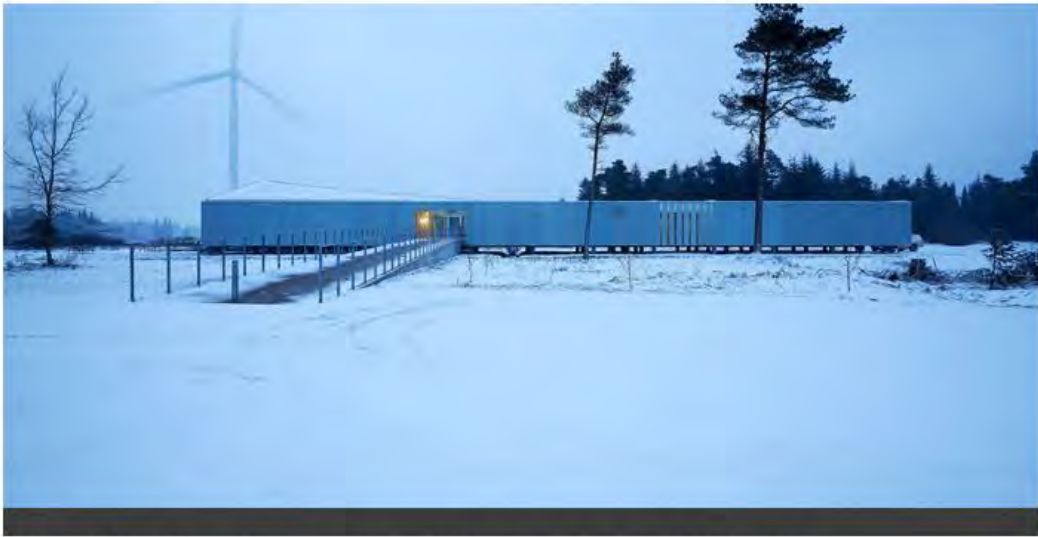
Événement : Together! La nouvelle architecture communautaire

« 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

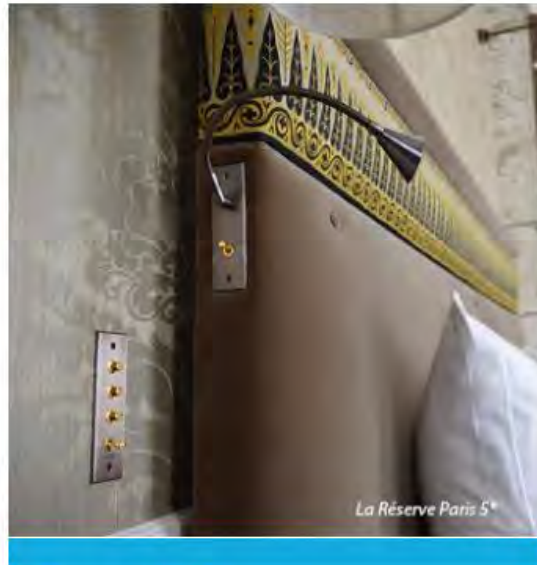
Sunworker Cristal, la toile de protection solaire imperméable et translucide. Produit d'un tissu Sunworker et d'une fine membrane translucide, la toile de protection solaire Sunworker Cristal combine la luminosité d'une toile ajourée à l'imperméabilité, la résistance à la déchirure et la facilité d'entretien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



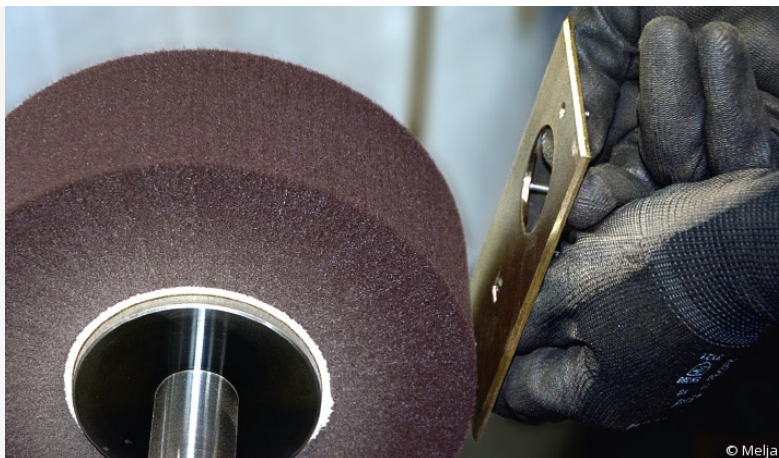
Le traumatisme Cloclo

"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. 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 !

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

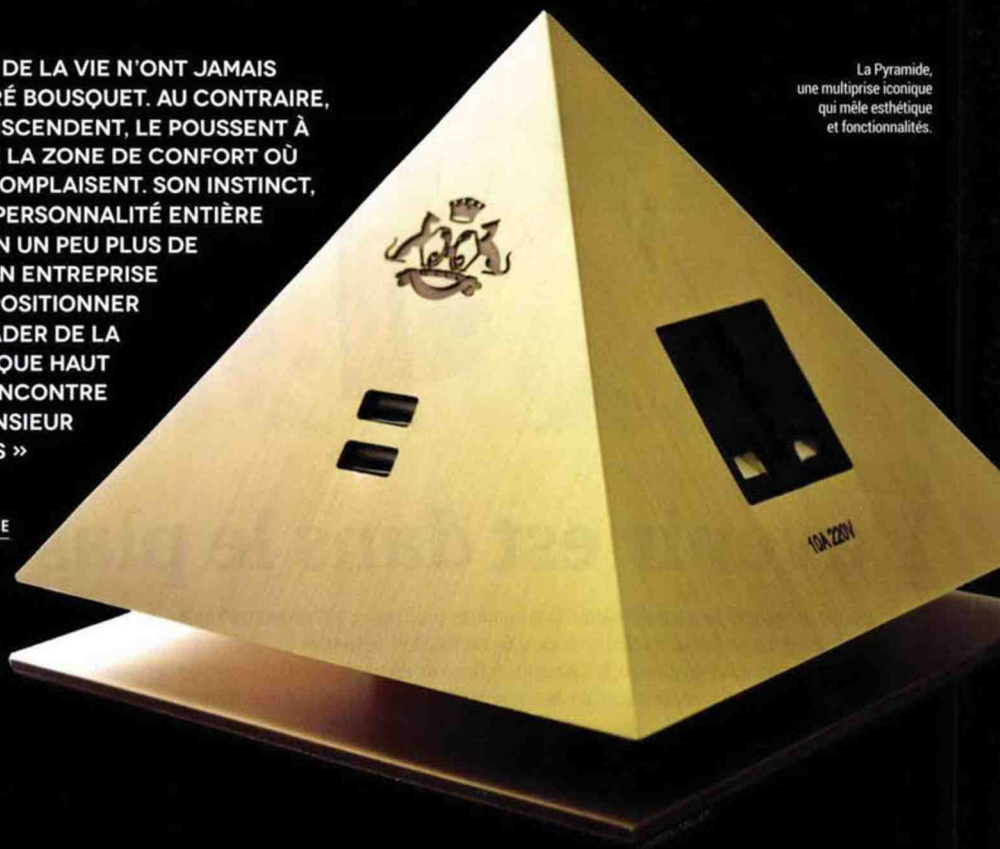
Infraction routière :
la difficulté de dénoncer
le conducteur P. 12

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 COMPLAISENT. 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 8964/07

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

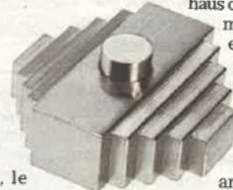


7. Fontini propose une diversité de fabrications.

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 désespèrent 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.

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.

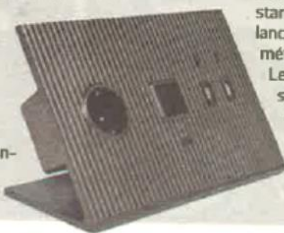
Adresses utiles

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

MAISON CONNECTÉE

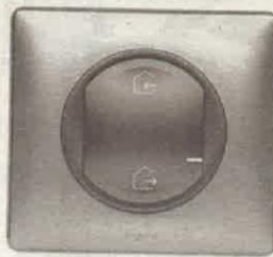
LA MULTIPRISE DE JEAN-MICHEL WILMOTTE

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](#)

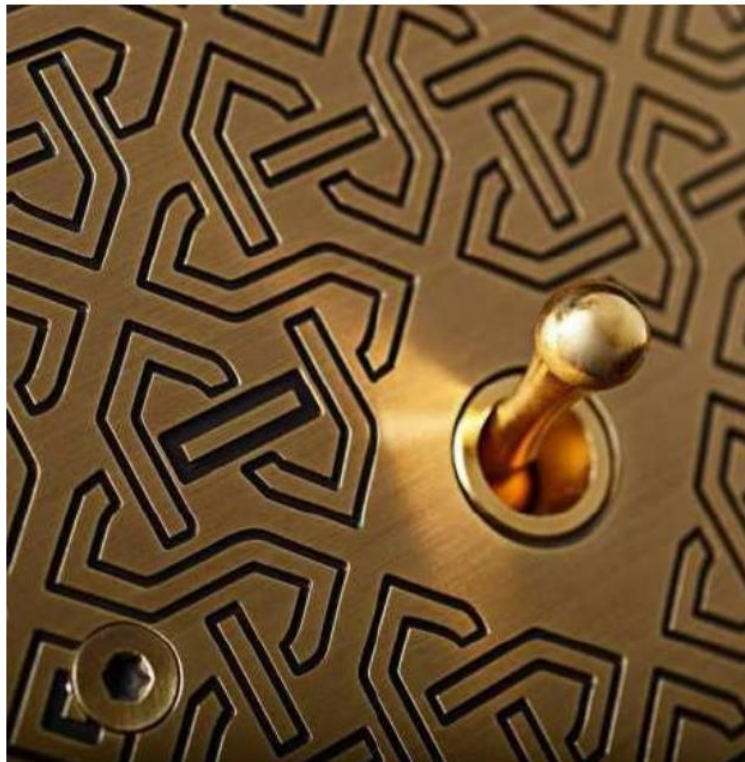


Cet interrupteur-bijou en forme de papillon en bronze serti de labradorite a été réalisé sur mesure dans les ateliers de Meljac.

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

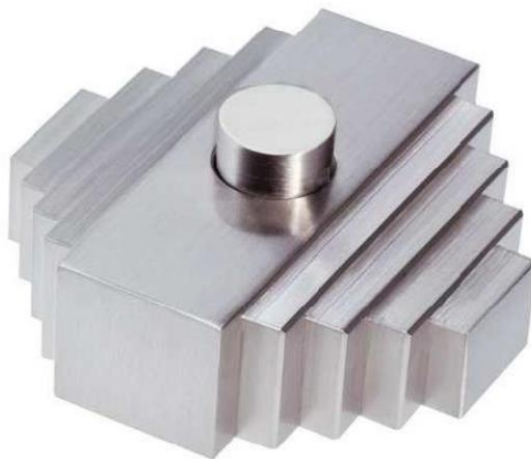
4741 euros, c'est le prix de l'excellence et... de l'extravagance. Celui d'un interrupteur-bijou en forme de papillon en bronze serti de labradorite, réalisé sur mesure pour une chambre de petite fille des Emirats dans les ateliers de Meljac.

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.

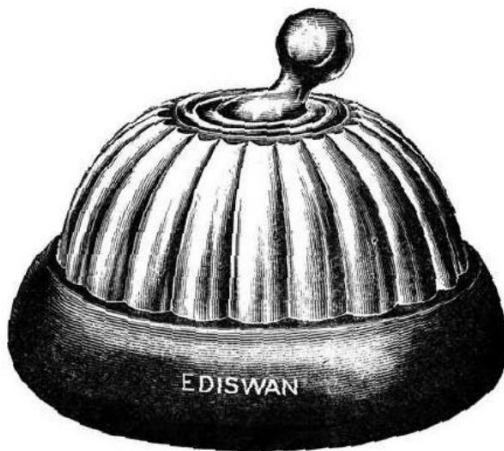


Chez l'ancien porcelainier devenu multinationale (son siège est toujours implanté à Limoges), l'aspect, la couleur et surtout le toucher — en ce moment la demande est au mat et au poudré — répondent aux attentes des utilisateurs qui peuvent actionner un interrupteur jusqu'à une centaine de fois dans 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

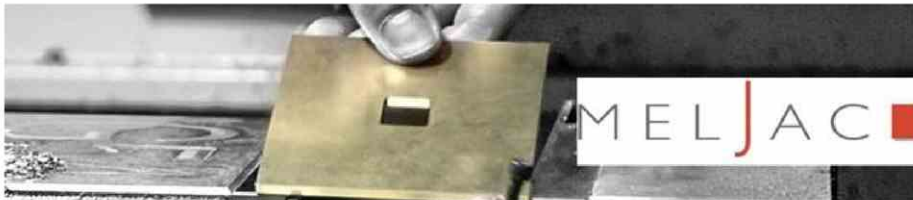
Heure-industrielle.com L'Heure industrielle, 16, rue de Madrid, Paris (VIII^e).

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



Suivant >





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



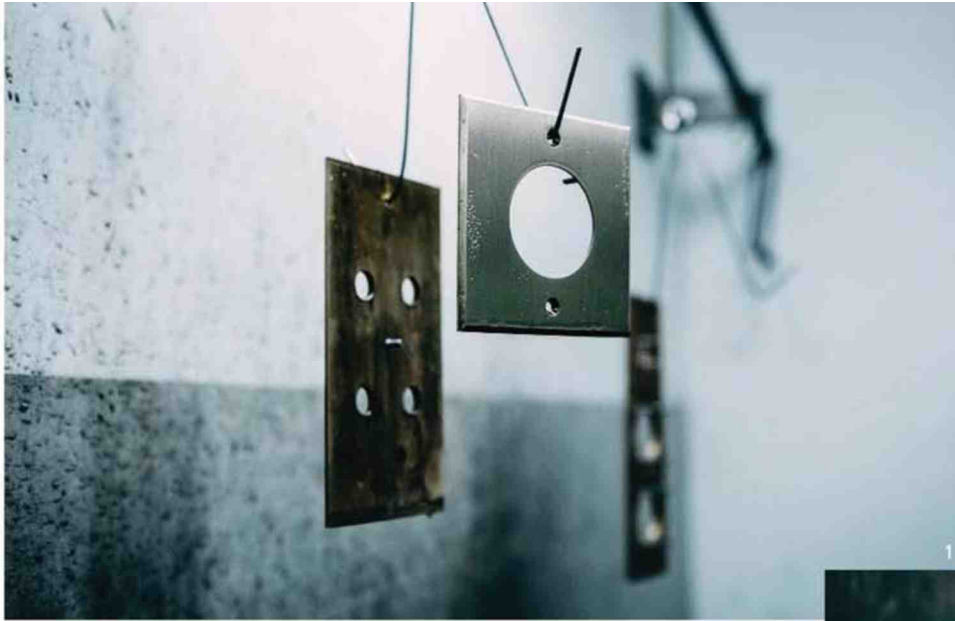
SAVOIR-FAIRE

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

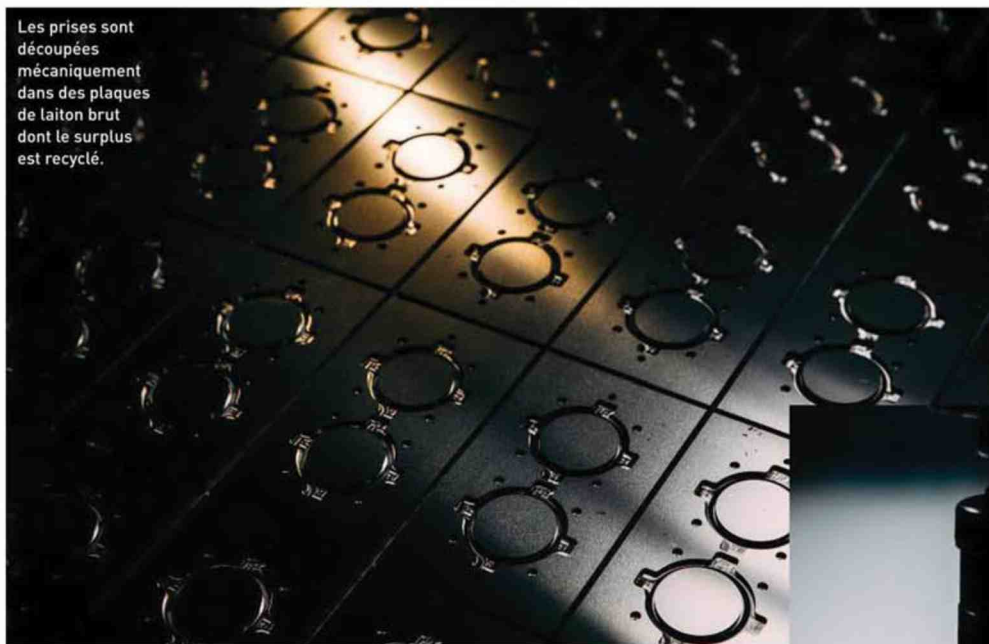
La marque multiplie les références prestigieuses.

... 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

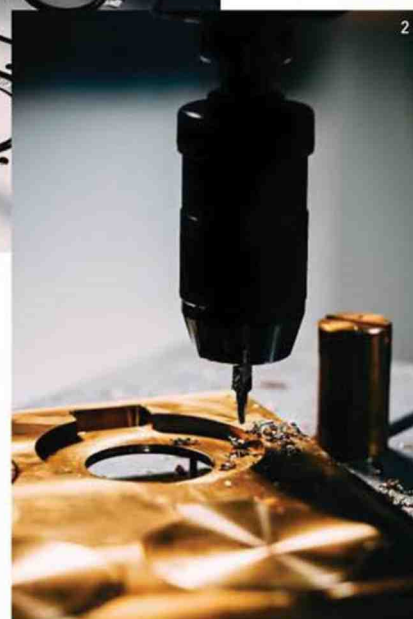
architectes et les décorateurs, mais aussi par les particuliers, elle se développe à l'international et multiplie les références prestigieuses, à l'image du château de Versailles, du musée du Louvre et de nombreux hôtels de luxe et palaces à travers le monde. ■



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.



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



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