

**COMMUNIQUE DE PRESSE****07 JUILLET 2021****Bpifrance, en partenariat avec Business France, Retail Factory et Défi Mode de France, accompagne quinze entreprises du secteur de la French Touch à coopérer avec Saks Fifth Avenue, la chaîne de grands magasins haut de gamme des Etats-Unis**

Paris, le 07 juillet 2021 – Quinze créateurs français des Industries Culturelles et Créatives ont été sélectionnés pour participer à la Mission French Touch, organisée par Bpifrance, en partenariat avec Saks Fifth Avenue et Business France et avec le concours de Retail Factory et Défi Mode de France. Cette mission a pour objectif de permettre aux PME et ETI du secteur de la French Touch participantes d'initier pour certaines, et de poursuivre pour d'autres, leur développement aux Etats-Unis malgré le contexte sanitaire, tout en assurant la promotion des savoir-faire français.

Dans le cadre de cette mission, quinze créateurs français issus des secteurs de la mode et des accessoires, de la beauté et de la décoration, auront l'occasion de nouer des liens d'affaires avec Saks Fifth Avenue, la chaîne de grands magasins haut de gamme américaine. La mission French Touch permettra aux entreprises sélectionnées de tester ou de confirmer leur stratégie d'implantation sur le marché américain et ainsi de sécuriser le développement de leur marque sur ce marché.

**Au total, plus de 110 entreprises françaises provenant de tout le territoire national ont candidaté à cette mission, parmi lesquelles 30 ont été retenues pour pitcher devant les acheteurs sectoriels de Saks Fifth Avenue.**

**Suite aux sessions de pitch de sélection, 15 entreprises ont été retenues par Saks Fifth Avenue pour une collaboration à la fois en ligne et en point de vente de septembre à novembre 2021 :**

- **Pop-up digital sur le site internet [Saks.com](https://www.saks.com)** (du 7 septembre au 2 novembre 2021) où les marques sélectionnées proposeront leurs collections aux Etats-Unis.
- **Pop-up physique dans le magasin de Saks à New-York** (du 12 octobre au 8 novembre 2021) où les quinze entreprises :
  - proposeront leurs collections au sein de **l'espace éphémère** installé au cœur du magasin ;
  - seront mises à l'honneur dans **5 vitrines aux couleurs de la French Touch**, côté 5<sup>ème</sup> Avenue et 50<sup>ème</sup> rue.

Grâce à Saks Fifth Avenue et son modèle digital de service de premier plan et ses 40 magasins à travers les Etats-Unis, les entreprises sélectionnées auront l'opportunité incroyable de faire connaître leurs marques et de vendre leurs produits à la clientèle du grand magasin. Le groupe Saks promeut depuis des années les savoir-faire français et distribue déjà dans ses magasins de grandes marques de luxe françaises comme Dior, Louboutin ou Chloé mais aussi des marques reconnues à l'international comme EX Nihilo, Veja, AMI Paris ou Isabel Marant.

**Pedro Novo, Directeur exécutif en charge de l'Export chez Bpifrance :** « *La mission French Touch en partenariat avec Saks Fifth Avenue est une formidable opportunité pour les entreprises des secteurs de la mode, des accessoires, de la décoration ou de la beauté pour tester le marché américain ! Bpifrance, banque des entrepreneurs, est un acteur particulièrement engagé dans le soutien aux entreprises du retail qui souhaitent se développer à l'international. C'est la raison pour laquelle nous sommes heureux d'accompagner 15 créateurs français ambitieux résolument motivés pour créer des liens business, renforcer la notoriété de leur marque et présenter leur collection en ligne pour les placer dans les meilleures conditions de réussite dans l'un des*



écosystèmes les plus dynamiques au monde en termes d'expérience de vente. Ils seront ainsi les porte étendard de l'excellence française et profiteront tant de l'effervescence que de la notoriété de ce département store légendaire. »

**Nicolas Parpex, Directeur des Industries Culturelles et Créatives & Pilote du plan Touch ! chez Bpifrance :**

« Avec le plan Touch !, Bpifrance se met au service des ambitions des entrepreneurs bâtisseurs de la création française. C'est un plan stratégique, systémique, et appuyé sur un continuum sans coutures de financement, d'investissement et d'accompagnement. L'international en est un axe majeur, car au cœur des enjeux de la French Touch : développement, export et rayonnement ! Avec la Mission French Touch, 15 fleurons des industries culturelles et créatives ont l'opportunité unique de se projeter sur le territoire américain, avec un partenaire historique et prestigieux, en numérique et en présentiel, de prendre des positions de marché et de porter haut l'oriflamme du Coq Orange. La French Touch en mouvement, à la conquête du Web, de la 5<sup>ème</sup> avenue et d'un des marchés les plus puissants au monde ! »

**Tracy Margolies, Chief Merchandising Officer, Saks Fifth Avenue :**

« Nous sommes ravis de nous associer à Bpifrance et Business France pour cette toute première action de la French Touch et offrir à nos clients l'opportunité de découvrir ces designers talentueux chez Saks Fifth Avenue. Cela renforce notre engagement à servir de plateforme pour aider les marques émergentes du monde entier à réussir, et nous sommes impatients de présenter ces marques françaises à nos clients cet automne en ligne et dans notre magasin phare de New York. »

**Jérémie Robert, Consul général de France à New York :**

« En tant que Consul général de France à New York, je peux témoigner du rayonnement de la French Touch à New York, et du fort attrait des Américains pour l'apport des créateurs et entrepreneurs français dans les secteurs de la mode, des accessoires, de la décoration et de la beauté. Je soutiens pleinement cette mission de Bpifrance en partenariat avec Saks Fifth Avenue qui offrira une opportunité inédite à de nouvelles entreprises de tester, connaître et conquérir le marché américain. Rendez-vous à New York, en octobre 2021 pour la troisième étape du pop-up éphémère ! »

**Arnaud Leretour, Directeur de zone Amérique du Nord, Business France :**

« Quoi de mieux que le marché américain, le plus emblématique, le plus attractif mais aussi le plus concurrentiel pour promouvoir les industries culturelles et créatives à l'occasion de la première mission French Touch à l'international. Je tiens à souligner le caractère exceptionnel de la promotion qui est mise en place chez un partenaire de choix, Saks Fifth Avenue. C'est tout simplement inédit. Au final, 15 fleurons de l'art de vivre français seront promus chez Saks Fifth Avenue. A travers eux, je salue l'audace française ! Tous nos vœux pour une pleine réussite aux Etats-Unis ! »



## **Contacts presse Bpifrance :**

### **Sophie Santandrea**

01 45 65 51 62

[Sophie.santandrea@bpifrance.fr](mailto:Sophie.santandrea@bpifrance.fr)

### **Juliette Fontanillas**

01 42 47 97 61

[Juliette.fontanillas@bpifrance.fr](mailto:Juliette.fontanillas@bpifrance.fr)

### **A propos de Bpifrance**

Bpifrance finance les entreprises – à chaque étape de leur développement – en crédit, en garantie et en fonds propres. Bpifrance les accompagne dans leurs projets d'innovation et à l'international. Bpifrance assure aussi leur activité export à travers une large gamme de produits. Conseil, université, mise en réseau et programme d'accélération à destination des startups, des PME et des ETI font également partie de l'offre proposée aux entrepreneurs. Grâce à Bpifrance et ses 50 implantations régionales, les entrepreneurs bénéficient d'un interlocuteur proche, unique et efficace pour les accompagner à faire face à leurs défis.

Plus d'information sur : [www.Bpifrance.fr](http://www.Bpifrance.fr) - Suivez-nous sur Twitter : @Bpifrance - @BpifrancePresse

### **A propos de Business France**

Business France est l'agence nationale au service de l'internationalisation de l'économie française. Elle est chargée du développement international des entreprises et de leurs exportations, ainsi que de la prospection et de l'accueil des investissements internationaux en France. Elle promeut l'attractivité et l'image économique de la France, de ses entreprises et de ses territoires. Elle gère et développe le V.I.E (Volontariat International en Entreprise).

Business France dispose de 1 500 collaborateurs situés en France et dans 55 pays. Elle s'appuie sur un réseau de partenaires.

Pour plus d'informations : [www.businessfrance.fr](http://www.businessfrance.fr) @businessfrance #BusinessFrance

### **A propos de Saks Fifth Avenue**

Saks Fifth Avenue est la première destination de la mode de luxe, animée par une mission d'aider les clients à s'exprimer à travers un style pertinent et inspirant. Depuis 1924, il offre des expériences d'achat uniques, avec un assortiment de vêtements de mode savamment choisi et un service client hautement personnalisé. L'approche unique de Saks Fifth Avenue combine l'accent mis sur l'expérience client numérique avec une connexion forte à un réseau de 40 magasins extraordinaires à travers l'Amérique du Nord pour des achats fluides sur tous les canaux.

Achetez sur [saks.com](http://saks.com) et l'application Saks app, ou visitez [saks.com](http://saks.com) pour trouver le magasin proche de chez vous..

Suivez @saks sur Instagram, Facebook et Twitter, et @thesaksman sur Instagram.



## La liste des quinze entreprises de la Mission French Touch x Saks :

	<p>36 RUE FÉLIX est une marque afropolitaine de prêt-à-porter haut-de-gamme, au croisement de l'Europe et l'Afrique, deux continents chers à la créatrice. Diplômée d'une école de mode et d'une école de commerce, et après avoir travaillé pour différentes maisons de luxe, son constat était le suivant : bien qu'un peu mise en avant ces dernières années, la mixité afro-européenne, qui est une réalité, reste encore trop absente de la scène de la mode internationale. C'est pourquoi 36 RUE FÉLIX entend apporter sa vision de la mode au monde. Nos principales valeurs sont : la confiance en soi, l'empowerment et le bonheur. Notre marque est synonyme de mieux-être</p>
	<p>Billieblush propose une mode «girly» et raffinée justement décalée par de l'audace créative, à un excellent rapport qualité prix et adaptée à la vie et aux envies des petites filles de 0 à 12 ans (et de leurs mamans). POETIQUE : Un univers Girly, pétillant et coloré EASY : Confortable, pratique, pensé pour les enfants WONDER : L'effet Wahou, le détail qui change tout, le coup de Blush qui rend la vie plus belle, plus fun = MAGIC SMART FASHION</p>
	<p>Depuis 75 ans, Camille Fournet entretient et développe un savoir-faire maroquinier traditionnel transmis de génération en génération. Dans ses ateliers du Nord de la France en Picardie, agrandis et modernisés au fil du temps, la marque cultive sa différence et son prestige dans l'art du cuir, made in France. Référence du bracelet de montre pour la Haute Horlogerie, la Maison développe sa créativité dans ses collections de maroquinerie. Conçue et créée à la main, chaque pièce griffée Camille Fournet fait vibrer les peaux et cuirs d'exception dans des lignes épurées, sous les mains expertes de maîtres artisans qui transforment le cuir en œuvres d'art.</p>
	<p>Depuis sa création à Paris en 2001, CINQ MONDES s'affirme comme le spécialiste des soins cosmétiques inspirés des médecines traditionnelles. La marque, empreinte de raffinement, d'efficacité et de sensorialité, revisite les rituels de beauté du monde, pour s'adresser à la peau, au corps, et générer énergies et émotions. Ces techniques régénérantes et équilibrantes découvertes à travers les différents continents sont adaptées par notre équipe d'experts pour vous offrir la plus immersive des parenthèses holistiques. Les produits CINQ MONDES réalisent l'alliance entre la puissance des actifs médicinaux et les dernières avancées scientifiques de notre R&amp;D française.</p>
	<p>DAWEI propose des collections saisonnières pour femmes. Après un passage chez Balenciaga et John Galliano, la création de Belle Ninon et la direction artistique de Cacharel, Dawei Sun créé seul sa marque éponyme en 2016. Ses designs se font à travers des matières nobles et des silhouettes structurées, et reposent sur le savoir-faire de la couture française. En 2019, Dawei Sun intègre le calendrier officiel de la mode et est nommé parmi les finalistes du prix de l'Andam Fashion Award.</p>
	<p>De Buyer, entreprise fondée en 1830, est spécialisée dans la conception et la fabrication d'ustensiles de cuisine et de pâtisserie dédiés aux professionnels des métiers de bouche et aux particuliers. Implantée dans les Vosges, à Faymont-Val d'Ajol, elle est la seule usine au monde à transformer dans la même unité de production de la tôle, de l'aluminium, de l'aluminium revêtu, de l'inox, des multicouches, du cuivre, de la fibre de carbone et de la silicone. Un ADN historique,</p>



	<p>et une maîtrise artisanale et industrielle de la matière, reconnus en 2009 par le label Entreprise du Patrimoine Vivant.</p>
	<p>La Maison Djula est née dans les années 90 avec l'ambition débridée de son fondateur et directeur artistique, Alexandre Corrot, de créer une maison de joaillerie parisienne qui casse les traditions de ce marché. Inspirée de l'Art Nouveau et faisant écho à la culture pop, les créations de la Maison se veulent le miroir du monde d'aujourd'hui et du nouveau rapport que les gens entretiennent avec leurs bijoux. Djula travaille l'équilibre permanent entre audace et passion, élégance et irrévérence, douceur et force. Aujourd'hui, Djula rayonne sur un réseau sélectif : rue du Faubourg-Saint-Honoré à Paris, Madison Avenue à NYC, Beverly Hills à Los Angeles, BFC à Shanghai, Doha, Dubai... et sur des marketplace dédiées au luxe telles que Farfetch, 24S...</p>
	<p>Flair est LA marque spécialiste des bodys prêt-à-porter 100% made in France créée par Clémence Wurtz en 2017. Sa mission : revisiter ce vêtement confortable et sexy pour le remettre au centre de la garde-robe féminine.</p> <p>Les modèles proposés étant de véritables secondes peaux pour les femmes, la marque porte une grande attention au toucher et au confort et n'utilise donc que des matières éco-certifiées. Quant à la confection de ses bodys, tous sont conçus dans son atelier à Troyes en Champagne-Ardenne.</p>
	<p>Prêt-à-Brûler d'exception :</p> <p>Hédoniste Paris invite le raffinement de l'art de la parfumerie à la française dans les intérieurs. La fondatrice, architecte d'intérieur originaire de Polynésie française et fascinée par le monde des fragrances, a souhaité fusionner ses passions dans un univers captivant de parfums d'ambiance.</p> <p>Les senteurs de la marque sont élaborées en collaboration avec des maîtres parfumeurs de la ville médiévale de Grasse, mondialement reconnue pour ses savoir-faire séculaires. Au travers de leur design élégant, du doux murmure des flammes sur leurs mèches en coton, ou encore de leurs sublimes fragrances aux notes enivrantes, les créations de la marque sont une véritable invitation à l'évasion et aux plaisirs des sens.</p>
	<p>La marque KOS PARIS est née d'une passion pour les plantes rares, cultivées avec respect, qui ont prouvé leur efficacité et de la volonté de développer une ligne de cosmétiques naturels haut de gamme qui combine la puissance des actifs du monde végétal, la richesse des textures et le respect de l'environnement. Aujourd'hui, KOS PARIS signe un large choix de produits pour le visage, le corps et les cheveux aux parfums délicats, invitations à vivre des moments précieux dans l'intimité d'une salle de bain, en boutique et dans les spas de luxe en France ou aux 4 coins du monde. Présents en Europe, en Asie, au Moyen-Orient, et aux États-Unis.</p>
	<p>Lavandière de Provence est une marque originale de cosmétiques-lifestyle célébrant le mariage du chic français et l'art de vivre en Provence. La Maison a été créée par Jeanette Borgstrom, ancienne avocate suédoise amoureuse de la France et vivant à Marseille et Cyril Gombert, biologiste méditerranéen et expert en développement durable. LP est la première marque lifestyle de luxe qui crée des produits qui racontent des histoires aussi belles que durables. LP veut inspirer la passion pour le monde naturel dans toute sa beauté et pour l'Art de vivre en Provence. Notre ambition est d'avoir un impact positif sur la planète. LP propose une large gamme de produits de beauté composée d'une collection pour le corps, La Body Line et d'une collection lifestyle « La Cubic Line ». LP est considérée comme une marque de luxe authentique qui offre le meilleur rapport qualité-prix.</p>



	<p>Margaux Keller est une designer qui fait partie de ceux qui pensent qu'aujourd'hui le design n'est plus confiné dans un système binaire « fonctionnalité &amp; esthétique » mais qu'il existe une troisième dimension à la conceptualisation d'un objet ou d'un espace : l'émotion.</p> <p>En 2021, Margaux Keller, à Marseille, ouvre sa propre agence de design global et développe des partenariats très variés : Yves Saint Laurent Beauté, Dior Parfums, Roche Bobois, Bibelo Cartier, Made.com, La Redoute Intérieurs, Habitat, etc... et travaille sur de nombreux projets de design global, tels que l'aménagement d'espaces, l'architecture intérieure et commerciale, la scénographie de boutiques, restaurants, commerces, etc...En 2019, elle crée sa propre marque d'objets aux côtés d'Anaïs Fretigny.</p>
	<p>Le pionnier des joailliers de la place Vendôme a modernisé les bijoux et leur a donné un rayonnement mondial. La femme Mauboussin est audacieuse, affirmée, intemporelle, moderne, féminine, entreprenante et libérée. C'est pour elle et en s'inspirant de son mode de vie que la maison Mauboussin a lancé sa très élégante gamme de lunettes de vue et solaires Mauboussin Eyewear, rappelant ses incomparables bijoux. Chaque lunette est signée et intègre un détail joaillier qui en fait un véritable bijou que les opticiens sauront sublimer avec des verres correctifs de grande qualité.</p>
	<p>« Ride, Protect &amp; Share » : Rider, protéger et partager, ces trois mots reflètent exactement ce qu'est Picture : une marque de vêtements de snowboard, de ski, de surf et d'outdoor, qui sans trop vouloir se prendre au sérieux, veut faire bouger les lignes.</p> <p>Picture est une marque auvergnate créée en 2008 par 3 passionnés de skateboard et snowboard. La marque se veut 100% engagée, éco-conçue et inscrite dans une démarche de développement durable. Le concept est clair et tiré de valeurs fortes : une conception produit la plus respectueuse possible de l'environnement possible, des créations originales, remarquées pour leurs designs frais et colorés, et appréciées pour leur qualité, et des prix de vente contrôlés, pour que les produits soient une alternative réaliste aux produits conçus de manière conventionnelle.</p>
	<p>Fabricant de couteaux à Thiers depuis 1648, Tarrerias Bonjean Groupe est façonné par la tradition de la coutellerie de qualité et le savoir-faire transmis de génération en génération. Chacun de leurs couteaux porte l'empreinte de leur passion et celle de leur goût pour l'innovation. Reconnue à travers le monde, l'excellente qualité de leurs couteaux fait le succès de l'entreprise TB Groupe, leader de la coutellerie française. Les dirigeants actuels, issus de la 13ème génération de la famille Bonjean, veillent aujourd'hui à préserver les intérêts de la société avec une volonté affichée de faire vivre et perpétuer ce magnifique patrimoine familial. Tout en développant le design des produits, la recherche, l'innovation et l'industrialisation des processus de fabrication de couteaux, ils sont parvenus à préserver le savoir-faire historique et les secrets de fabrication de la société.</p>