



Dossier de presse

collection 2010



Mode
story

luminaires et
coussins de décoration

www.alexandre-ms.com

Interview

Bonjour Alexandre, tu viens de créer une marque dans la décoration, peux-tu nous la présenter ?

Oui, j'ai créé la marque Alexandre M-S ® qui propose une gamme d'accessoires pour la maison : des luminaires et des coussins coordonnés qui racontent des histoires. Chaque histoire est élaborée à partir de compositions de photos et de graphismes exclusifs que je réalise moi-même. Les visuels sont imprimés sur tissu de façon numérique et montés sur plusieurs supports pour créer une collection de lampes à poser et de petites colonnes lumineuses assorties aux coussins. La création et la fabrication sont réalisées à Paris dans mon atelier et mes fournisseurs sont français.



Qu'est-ce qui t'a donné envie de te lancer dans ce domaine et quelles sont tes sources d'inspiration ?

Bien qu'ayant surtout travaillé dans les secteurs de la mode et du luxe, j'ai toujours apprécié le design et la décoration qui sont des univers proches. J'ai eu envie de créer ma propre activité et de me servir, comme sources d'inspiration, de mon expérience dans la mode et de mes centres d'intérêt. J'ai créé plusieurs thèmes qui sont inspirées par la mode bien sûr, mais aussi influencées par l'art contemporain ou encore par la mémoire d'un temps passé.

Tu as composé une histoire pour chaque thème, de quoi s'agit-il et à quoi font allusion les initiales "M-S" de ta marque ?

Les initiales "M-S" sont les initiales de mon nom : Alexandre Monneau Sauvion, il s'agit aussi des abréviations de : *Mémoire story*, *Mode story*, *Médical story* : les 3 thématiques que j'ai choisies de développer. La collection se déroule selon un principe narratif exprimé avec des visuels graphiques. Dans un même thème, sont représentés des ambiances, des lieux ou des personnages qui évoluent un peu comme dans une histoire.

A qui sont destinées tes créations ?

Les ambiances évoquées sont différentes, ainsi les 3 thèmes ne s'adressent donc pas forcément à la même clientèle. L'ensemble des produits de la gamme est proposé aux acheteurs professionnels (magasins de décoration, boutiques d'objets et cadeaux, grands magasins, magasins spécialisés en luminaires, magasins spécialisés en textiles pour la maison, concept stores mode-déco-bijoux-accessoires, sites internet de vente en ligne, décorateurs...). Au final mes créations sont destinées surtout à une cible de femmes mais aussi d'hommes, plutôt citadins qui aiment l'art, le design et la décoration, la mode et la nouveauté. Je m'adresse à celles et ceux qui prennent plaisir à aménager leur intérieur et qui aiment exprimer leur style de vie dans leur décoration.

Est-ce que tes créations sont des pièces uniques ?

Les modèles que j'ai conçus sont des créations exclusives et chaque modèle est déposé à l'INPI (institut national de la propriété industrielle). Ce ne sont pas des pièces uniques, les produits sont tous reproductibles en fonction de la demande.

Quelle est l'idée directrice de la collection *Mode story* ?

Le thème **Mode story** reflète la ville de Paris-capitale de la mode avec les quartiers dédiés au shopping chic pour les fashion-victimes. La collection s'inspire ici de l'univers des défilés de mode, de la haute couture et de la joaillerie. Ce thème s'adresse aux femmes élégantes et dynamiques qui aiment la mode et le luxe. Cette ligne de luminaires et coussins de décoration plaira aux femmes qui courent à la Fashion Week et qui se parfument aux tendances de la mode et pour celles qui habillent leurs intérieurs de fantaisies branchées et glamour...

Tu as créé aussi deux autres thèmes ?

Oui j'ai conçu deux autres thèmes pour diversifier mon offre globale en m'adressant à des cibles différentes :

Le thème **Mémoire story** retranscrit les souvenirs d'enfance, l'ambiance surannée du début du XX^e siècle, l'aristocratie et la vie au château. Les luminaires et les coussins coordonnés sont ici un lien vers le passé et les racines à travers l'art de vivre à la française et la généalogie. Cette collection intéressera celles et ceux qui cultivent le souvenir des valeurs classiques axées sur la tradition, l'esprit de famille, le patrimoine...

Le thème **Médical story** évoque la modernité vive et colorée de l'imagerie médicale, à travers la radiographie, le réseau sanguin, les médicaments. Cette collection parlera aux intellos-branchés qui auscultent l'art contemporain et qui sont perfusés à la culture underground. Chez eux, le virus de la déco et l'esprit décalé anticonformiste légèrement "trash" s'exprime dans des ambiances urbaines de design contemporain ...

De combien de produits se compose ta gamme ?

La gamme complète comprend 72 produits répartis en 2 catégories : des luminaires et des coussins de décoration. J'ai créé 24 luminaires (lampes à poser grand et petit modèle + colonne lumineuse) et 48 coussins (avec 5 formats différents).

As-tu des projets en tête pour développer d'autres thèmes ?

Bien sûr, je réfléchis déjà aux prochaines thématiques que je souhaite créer. Il y aura une continuité avec des suites pour certaines "stories". Egalement je vais ajouter de nouvelles histoires. Celles-ci feront référence à des ambiances différentes et elles s'adresseront à une clientèle spécifique en fonction des valeurs qui seront exprimées dans chacune des histoires. J'aime beaucoup l'idée d'être comme un "narrateur-caméléon" qui pourrait imaginer plusieurs histoires et des personnages différents. Cela me permet de ne pas m'enfermer dans un style unique et de laisser vagabonder mon imaginaire dans une certaine forme de liberté.

"Réinterpréter la mode..."

Mode story est conçu comme un reportage de magazine de mode avec les éléments caractéristiques qui font référence à l'univers de la mode. Cette collection s'adresse aux femmes élégantes et dynamiques qui aiment Paris, capitale de la mode et du luxe. Les influences glamour apportent de la fantaisie à une décoration "so fashion" !

Mode story est déclinée en 3 chroniques : défilés de mode - place Vendôme - Paris, capital of fashion

► Les défilés de mode rythment la fashion week de Paris. Pour y assister, les cartons d'invitation sont les précieux sésames. La musique vient de débiter et les mannequins se lancent sur les podiums. Les shootings des photographes font crépiter les flashes. Les maquillages sophistiqués mettent en valeur les tissus des collections haute couture : broderies, dentelles et plumes expriment les dernières tendances de la mode. Après les défilés, un tea time avec des douceurs sucrées est bienvenu, les fruits rouges sur les petits fours rappellent les couleurs gourmandes des rouges à lèvres.

► La place Vendôme et sa colonne sont les symboles de la haute joaillerie. Ici, les ambiances feutrées cultivent le goût d'une discrétion raffinée. Dans leur écrin gris-perle, les précieuses parures scintillent avec éclat et la tentation est grande de commettre un vol de bijoux. La combinaison secrète du coffre résistera-t-elle à cette indélicatesse ?

► Paris, capital of fashion présente les quartiers dédiés au shopping chic avec un mapping des lieux incontournables pour la mode et le luxe à Paris. On distingue les silhouettes des fashion-victimes de l'avenue Montaigne. Le retour à la maison donne lieu à des séances d'essayage avec une exaltation toute féminine...

féminin

parisien

réinterpréter la mode

glamour



Paris capital of fashion

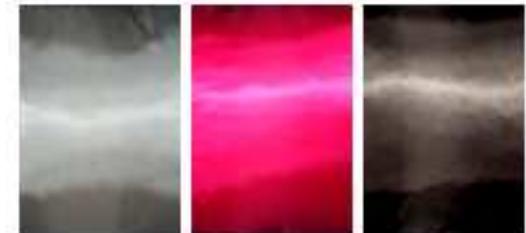
tendance

shopping chic

fashion week

place Vendôme
luxe

La brillance du tissu de satin a été choisi dans cette collection pour interpréter l'aspect soyeux et luxueux d'une robe féminine. On le retrouve au dos des coussins et des abat-jour, décliné dans les couleurs gris perle, fuchsia et noir, coordonnées aux visuels imprimés.



COS 65



COS 69



COS 67



COS 61



COS 59



COS 57



GDLP 48



PLP 49



COL 52

COS 66



COS 64



COS 68



COS 62



COS 58

COS 55



GDLP 47



PLP 50



COL 51



COS 63

COS 60



COS 56



COS 68



COS 64



COL 53



GDLP 46



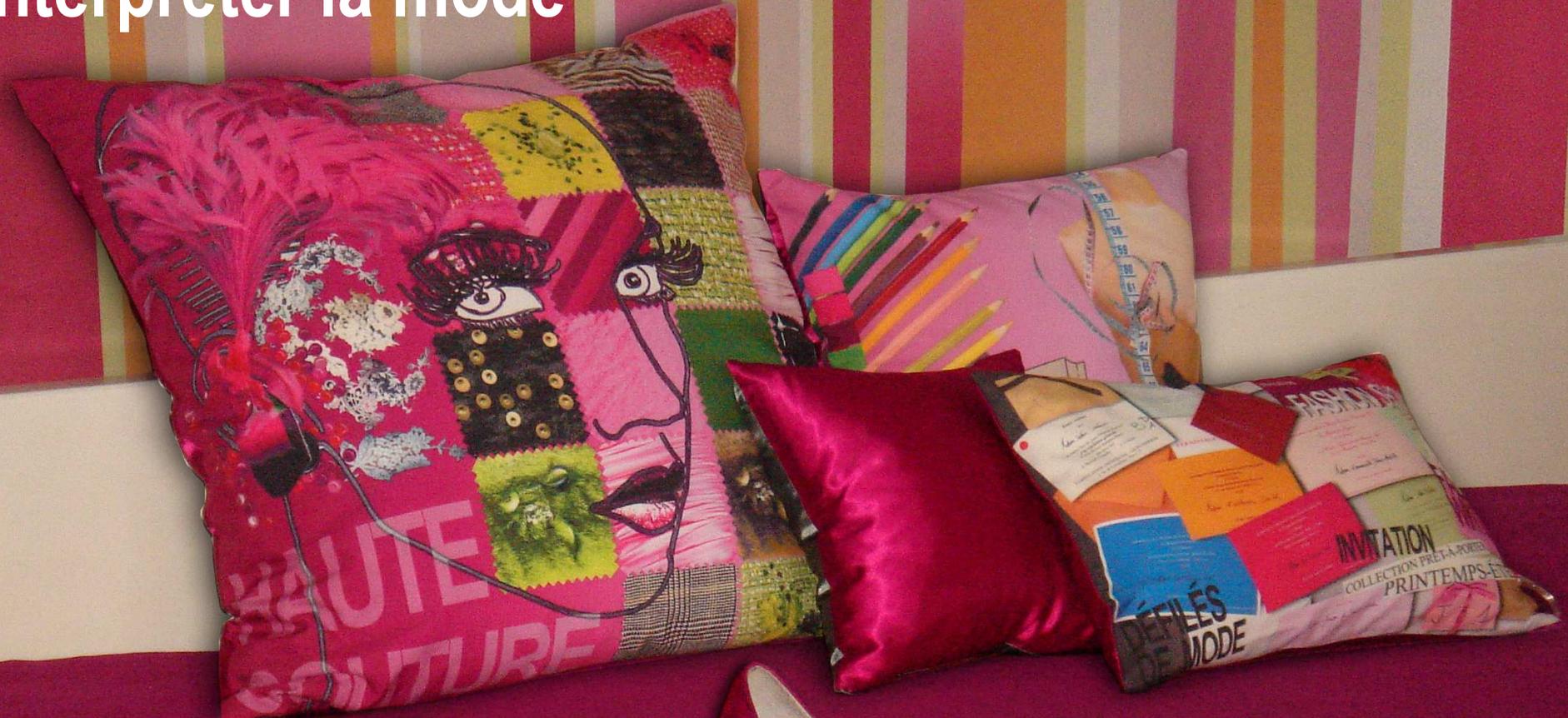
| RÉFÉRENCES | | DÉSIGNATIONS | VISUELS | COULEURS |
|------------|---------------------------|----------------------|----------------------------|--------------------------------|
| COL 51 | Joaillerie | Colonne lumineuse | Place Vendôme | Gris + Noir |
| COL 52 | Haute Couture | Colonne lumineuse | Haute Couture | Fuchsia |
| COL 53 | Fashion Week | Colonne lumineuse | Fashion Week | Noir + Blanc |
| PLP 49 | Invitations | Petite Lampe à poser | Invitations | Multicolore + Satin Fuchsia |
| PLP 50 | Shopping Place Vendôme | Petite Lampe à poser | Femme Joaillerie | Noir + Gris + Satin Gris |
| GD LP 46 | Fashion Show | Grande Lampe à poser | Fashion Show | Noir + Blanc + Satin Noir |
| GD LP 47 | Joaillerie | Grande Lampe à poser | Joaillerie | Gris + Satin Gris |
| GD LP 48 | Paris Capital of Fashion | Grande Lampe à poser | Plan de Paris | Fuchsia + Noir + Satin Fuchsia |
| | | | | |
| COS 64 | Satin noir / gris | Coussin 30 x 30 | Satin Noir + Satin Gris | Noir + Gris |
| COS 65 | Satin fuchsia / gris | Coussin 30 x 30 | Satin Fuchsia + Satin Gris | Fuchsia + Gris |
| COS 66 | Coffre fort | Coussin 30 x 30 | Coffre fort | Noir + Gris |
| COS 67 | Main gantée | Coussin 30 x 30 | Main gantée + pochette | Fuchsia + Gris |
| COS 68 | Shopping Place Vendôme | Coussin 30 x 30 | Place Vendôme | Noir + Gris |
| COS 69 | Paris Capital of Fashion | Coussin 30 x 30 | Paris Capital of Fashion | Fuchsia + Noir |
| COS 70 | Shopping Avenue Montaigne | Coussin 30 x 30 | Shopping | Noir + Blanc |
| COS 61 | Invitations | Coussin 40 x 30 | Invitations Défilés | Multicolore |
| COS 62 | Vol de Bijoux | Coussin 40 x 30 | Ecrin Joaillerie | Gris + Multicolore |
| COS 55 | Haute Joaillerie | Coussin 40 x 40 | Joaillerie | Gris |
| COS 56 | Fashion Week | Coussin 40 x 40 | Fashion Week | Noir + Blanc |
| COS 57 | L'Atelier de Couture | Coussin 40 x 40 | Création Mode | Fuchsia |
| COS 63 | Mode Story | Coussin 60 x 30 | Mode Story | Multicolore |
| COS 58 | Place Vendôme | Coussin 60 x 60 | Place Vendôme | Gris + Multicolore |
| COS 59 | Haute Couture | Coussin 60 x 60 | Haute Couture | Fuchsia + Multicolore |
| COS 60 | Fashion Show | Coussin 60 x 60 | Fashion Show | Noir + Blanc |
| | | | | |

Paris, capital of fashion



Coussin 30 x 30 cm - Lampe H 90 cm

Réinterpréter la mode



Coussin "Haute Couture" 60 x 60 cm

Coussin "Invitations Défilés" 30 x 40 cm

Coussin "Atelier Couture" 40 x 40 cm

Coussin "Satin fuchsia - gris" 30 x 30 cm





Colonne lumineuse "Haute Couture" H 22 cm
Coussin "Invitations Défilés" 30 x 40 c



Fashion tea-time

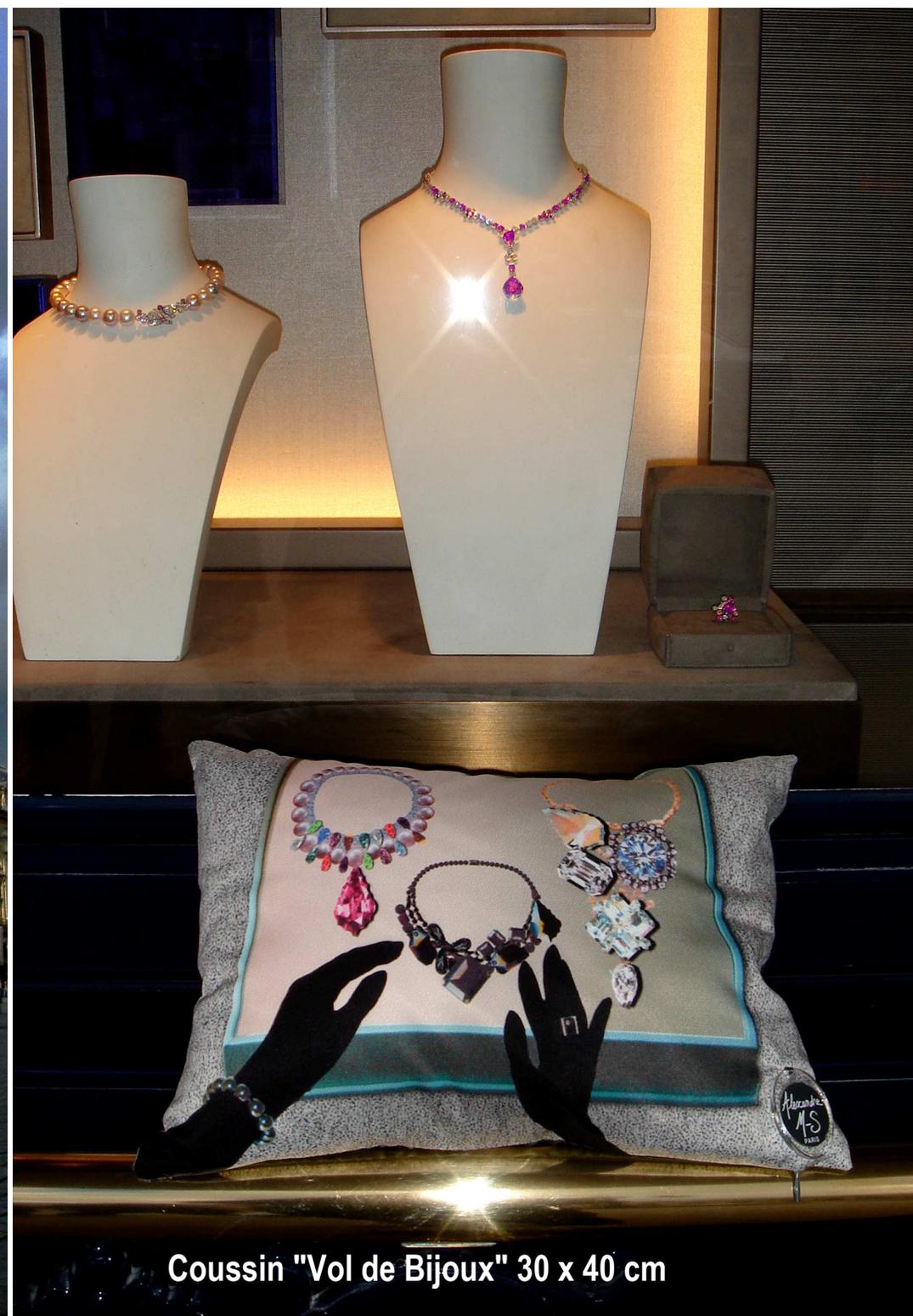


Colonne lumineuse "Haute Couture" H 22 cm
Coussin "Invitations Défilés" 30 x 40 cm

Place Vendôme



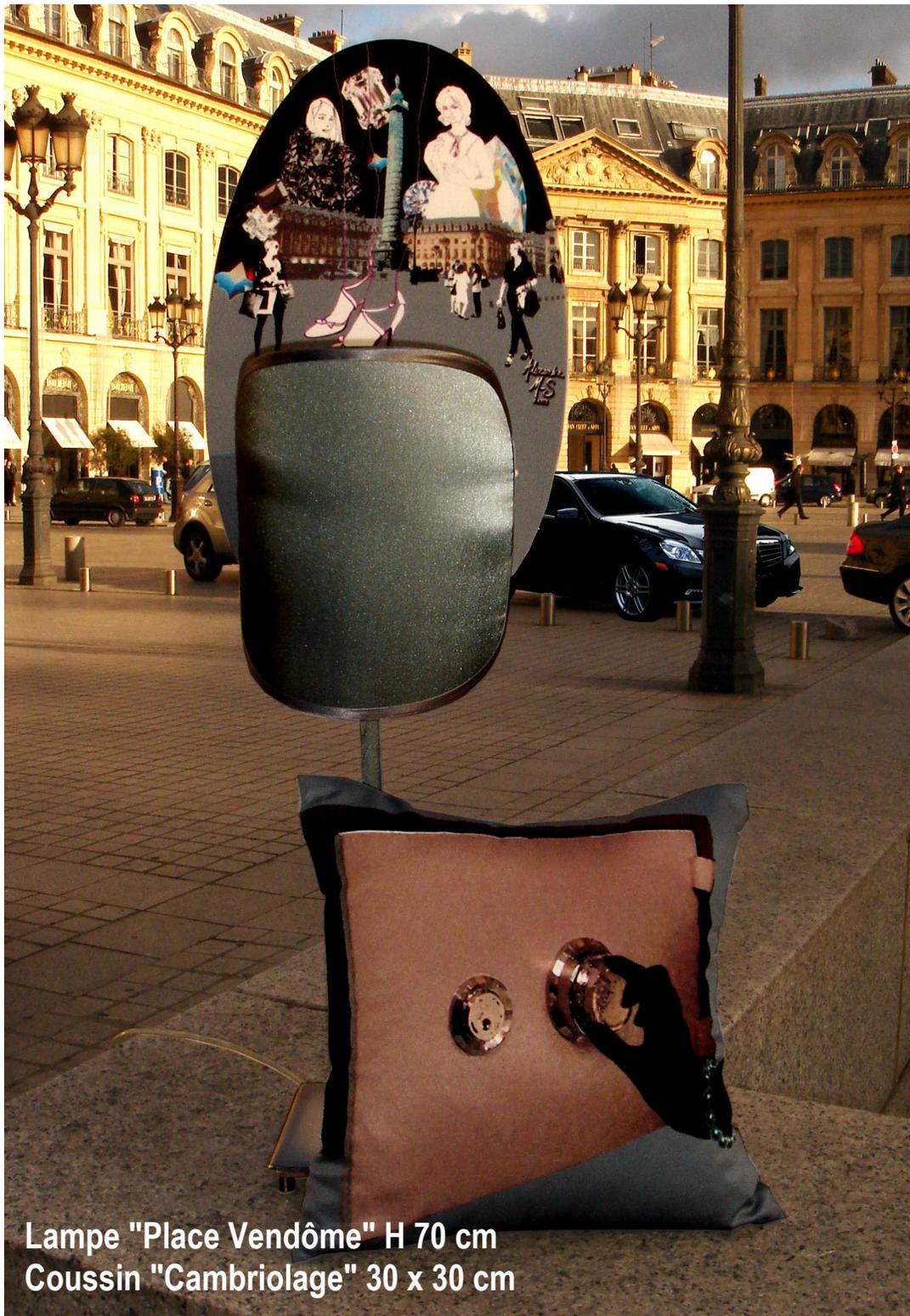
Lampe "Haute Joaillerie" H 90 cm



Coussin "Vol de Bijoux" 30 x 40 cm



Coussin "Place Vendôme" 60 x 60 cm



Lampe "Place Vendôme" H 70 cm
Coussin "Cambriolage" 30 x 30 cm



"Haute Joaillerie" : Lampe H 90 cm - Coussin 40 x 40 cm

Vol de bijoux



Coussin "Vol de Bijoux" 30 x 40 cm

Shopping avenue Montaigne

Coussin 30 x 30 cm



Fashion week



Coussin "Fashion Show" 60 x 60 cm - Coussin "Fashion Week" 40 x 40 cm



"Fashion Week" : Coussin 40 x 40 cm - Colonne lumineuse H 22 cm



Coussin "Fashion Week" 40 x 40 cm
Lampe "Fashion Show" H 90 cm

Parcours



Après 15 ans d'expérience dans les secteurs de la mode, des produits de luxe, et de l'art, et suite à une formation récente en école de commerce à l'Essec, Alexandre Monneau Sauvion se lance dans une nouvelle aventure dans la décoration.

Depuis 2008, il prépare sa propre gamme de créations pour la maison. Ses initiales M-S sont aussi les abréviations de : *Mémoire story*, *Mode story*, *Médical story* : thématiques qui orientent la création de ses collections de luminaires et de coussins coordonnés. Les visuels graphiques imprimés sur les produits racontent des histoires inspirées par la mode bien sûr, mais aussi influencées par l'art contemporain ou encore par la mémoire d'un temps passé.

Sa formation initiale d'arts appliqués en stylisme de mode l'a amené à exercer à ses débuts le métier de styliste-modéliste. En 1997, il s'associe avec le créateur Jean-Louis Pinabel et fonde une SARL pour commercialiser une gamme de bijoux et d'accessoires de mode en plumes. Il représente leur marque au salon *Première Classe* au jardin des Tuileries et assure les relations commerciales auprès de leurs clients (*Bon Marché*, *Printemps*, *BHV*, *Franck et Fils*, *Neiman Marcus*, *Harrods*, *Liberty*, *Fenwick*, *Joyce Hong-Kong...*).

Par la suite, il complète ses études à l'*Institut International de Communication* et débute au service de presse de la maison *Thierry Mugler*. Il rejoint l'agence de relation presse *Porter Novelli* comme assistant attaché de presse au côté d'Anne de Fayet pour les marques *Lancel*, *Dalloyau* et *Comité Colbert*.

En 2002, il est chargé de la communication de l'école *Mode' Estah*, il donne également des cours de mode à des élèves chinois à l'école *Mod' Art*. En 2004, il élargit ses horizons et intègre le groupe *L'Oréal* à la Division des Produits de Luxe. Il participe aux lançements des nouveaux parfums et cosmétiques pour les marques *Giorgio Armani*, *Helena Rubinstein* et *Ralph Lauren*. En parallèle, il développe son sens de la mise en scène en collaborant sur des scénographies d'expositions et sur la création d'affiches et de livret d'art.

Toujours curieux, et avec l'envie d'entreprendre dans de nouveaux territoires, c'est tout naturellement qu'il synthétise aujourd'hui l'ensemble de son parcours pour créer une collection dans l'équipement de la maison : ► *"J'ai toujours apprécié de travailler dans les secteurs créatifs et raffinés parce que la qualité des produits, l'image de marque et le sens du service client apportent une dimension de rêve. Pour moi, la mode, le design, la décoration, les parfums, l'art et la gastronomie sont un même langage qui rassemble les gens autour de la beauté..."*

Consultez les autres thématiques :

Mémoire
story

Médical
story



www.alexandre-ms.com

Contact

Alexandre Monneau Sauvion

alexandre-ms@orange.fr

182, rue de l'Université 75007 Paris – France