



SILLAGE DE LA REINE

Grâce au soutien de nombreux partenaires, le château de Versailles met en vente, dans le cadre d'une souscription, le 26 juin 2006, le parfum de Marie-Antoinette recréé par le nez Francis Kurkdjian. Tous les bénéfices de cette vente contribueront à l'acquisition du coffre de campagne de Marie-Antoinette, attribué à Jean-Henri Riesener.

Devant le succès rencontré par la présentation de M.A. SILLAGE DE LA REINE en janvier 2005, le château de Versailles a souhaité prolonger l'aventure en lançant, dans le cadre d'une souscription, deux éditions du parfum :

Une édition prestige, 10 exemplaires numérotés, carafes Dyonisos (Van Day Truex, 1974), cristal Baccarat, 25cl. Prix de vente : 8 000 euros

Une édition en série limitée de 1 000 exemplaires numérotés, dessinée par Jérôme Dinand et Magali Sénéquier, cristal de Portieux, 25 ml. Prix de vente : 350 euros

LE PARFUMEUR FRANCIS KURKDJIAN a élaboré le parfum M.A. SILLAGE DE LA REINE à partir d'éléments historiques authentiques issus des recherches d'Elisabeth de Feydeau pour son livre Jean-Louis Fargeon, parfumeur de Marie-Antoinette (coédition Perrin/Château de Versailles).

ELISABETH DE FEYDEAU a pu alors identifier la facture des parfums de l'époque, découvrir le goût de Marie-Antoinette et retrouver la constante des odeurs que la Reine aimait : un sillage hors du commun. Dès lors, le parfum de Marie-Antoinette s'est tout naturellement appelé « M.A. Sillage de la Reine ».

Se livrant à un travail de ré-interprétation, Francis Kurkdjian a conçu « un esprit de parfum » aux ingrédients 100% naturels. On découvre l'intensité de la rose et de l'iris, ciselés de jasmin, de tubéreuse et de fleur d'oranger. Ce bouquet est modulé par de fines touches de bois de cèdre et de santal. Pour parfaire la composition, deux magnifiques notes de fond : le musc tonkin et le précieux ambre gris.

QUEST INTERNATIONAL, société de création de fragrance et d'arômes a mis son savoir-faire au service de cette recombinaison, dans le cadre d'un mécénat de compétence. Ses équipes ont pu explorer des domaines jusqu'alors inédits, en produisant ce parfum issu de la grande tradition de la haute parfumerie française, avec une exécution et un rendu tout à fait contemporain.

LA SOCIÉTÉ BEAUTÉ PRESTIGE INTERNATIONAL (BPI) est intervenue pour la mise en solution, la mise en flacon et le conditionnement du parfum, réalisés à l'usine SIF située à Gien. Pour BPI, ce partenariat avec le château de Versailles s'est inscrit tout naturellement dans le cadre de son activité consacrée avant tout à « l'édition » de parfums de créateurs.

Les deux éditions du parfum seront vendues au château de Versailles, dans la boutique du Petit Trianon, place d'Armes du Grand Trianon, dans la boutique des princes (RMN) à l'issue de la visite des Grands Appartements ainsi que sur le site Internet du château de Versailles : www.chateauversailles.fr.

Renseignements souscription :
jean-francois.quemin@chateauversailles.fr

CONTACTS PRESSE
Aude Revillon d'Apreal
Aurélie Gevrey - Dubois
01 30 83 77 01 / 77 03
aude.revillon@chateauversailles.fr
aurelie.gevrey@chateauversailles.fr





SILLAGE DE LA REINE

Thanks to the support of numerous partners, the château de Versailles is putting on sale by subscription, on 26 June 2006, the perfume of Marie-Antoinette recreated by Francis Kurkdjian. All proceeds of the sales will go toward the acquisition of Marie-Antoinette's travel chest by Jean-Henri Riesener

Before the successful launch of the concept of M.A. SILLAGE DE LE REINE in January 2005 the château de Versailles wanted to extend the adventure by producing, in the framework of a subscription, two versions of the perfume:

One prestige version, 10 numbered models, Dionysian flasks (Van Day Truecx, 1974),
Baccarat crystal, 25cl. Sale Price: 8000 euros

One series limited to 1000 models, designed by Arketip, Portieux crystal, 25ml.
Sale Price: 350 euros

THE PERFUMER FRANCIS KURKDJIAN developed the perfume M.A. SILLAGE DE LE REINE using only the genuine historic components found during the research of Elizabeth Feydeau for her book, A Scented Palace: The Secret History of Marie-Antoinette's Perfumer, edited by I.B. Tauris & Co. Ltd.

Writing this work, ELISABETH DE FEYDEAU found how perfumes of that era were composed, uncovered the tastes of Marie-Antoinette and found a constant in the smells that the Queen liked: an uncommon wack. Aply then, the perfume of Marie-Antoinette has been called "M.A. Sillage de le Reine".

Indulging in a work of reinterpretation, Francis Kurkdjian has created a "ghost of a perfume" using only one hundred percent natural products. We discover the intensity of rose, iris, cut jasmine, tuberose and orange blossom. This fragrance is modulated by delicate woody touches of cedar and sandalwood. To perfect the composition, two magnificent base notes were added: Tonkin musk and precious grey amber.

QUEST INTERNATIONAL, a company that creates fragrances and scents put their skill towards making this perfume as proficient patrons. Their teams explored previously uncovered areas in order to create this perfume in the great tradition of elite French perfumes, but with a completely modern approach.

THE SOCIÉTÉ BEAUTÉ PRESTIGE INTERNATIONAL (BPI) completed the final stage of the creation of the perfume by diluting it, putting it into bottles and packaging it at the SIF factory in Gien. For BPI, this partnership with the château de Versailles is within the boundaries of its work dedicated to "the editing" of creative perfumes.

The two versions of the perfume will be sold at the château de Versailles in the Place d'Armes shop at the Grand Trianon, in the Princes shop (RMN), at the end of the tour of the State Apartments, and also on the château de Versailles website: www.chateauversailles.fr.

Subscription :
jean-francois.quemin@chateauversailles.fr

PR CONTACTS

Aude Revillon d'Apréval
Aurélié Gevrey - Dubois
01 30 83 77 01 / 77 03
aude.revillon@chateauversailles.fr
aurelie.gevrey@chateauversailles.fr



CHATEAU DE VERSAILLES

LES ACTEURS DE CETTE AVENTURE

FRANCIS KURKDJIAN

ELISABETH DE FEYDEAU

QUEST INTERNATIONAL

BEAUTÉ PRESTIGE INTERNATIONAL

BACCARAT

MAGALI SENEQUIER

& JÉRÔME DINAND

CRISTALLERIE DE PORTIEUX

FRANCIS KURKDJIAN



Francis Kurkdjian est l'un des plus célèbres parfumeurs de notre époque. Son nom apparaît régulièrement lié à de prestigieuses créations pour Christian Dior, Jean-Paul Gaultier, Giorgio Armani, Guerlain ou Salvatore Ferragamo. Mais, c'est en sa qualité de créateur-parfumeur sur mesure - autre versant de sa vie professionnelle depuis 2001 - qu'il a recomposé, comme au Siècle des Lumières, le parfum de Marie-Antoinette.

En 2004, Elisabeth de Feydeau, alors en pleines recherches historiques pour son ouvrage, *Jean-Louis Fargeon, parfumeur de Marie-Antoinette*, se rapproche de Francis Kurkdjian. Elle dévoile pour lui les formulaires authentiques du parfumeur de la Reine, retrouvés notamment aux archives de la Bibliothèque Nationale. Ils sont révélateurs des goûts d'une femme raffinée, sensible et très différente de ses contemporains.

L'étude attentive de ces documents permet à Francis Kurkdjian de remonter aux sources de son métier et d'identifier avec précision la facture des parfums du XVIIIe. Retrouver l'intensité mais aussi gommer la lourdeur liée aux usages de l'époque : telle sera l'incarnation olfactive de cette Reine dont la garde-robe, les coiffures, les bains quotidiens et le mode de vie ont fait à la fois école et scandale.

Pour Marie-Antoinette, Francis Kurkdjian a re-créé un parfum à sillage, élégant et léger comme le souffle d'une robe légère. Les préférences olfactives de la jeune Reine sont rassemblées, comme un bouquet de confidences.

Composé comme au XVIIIe siècle à partir de matières premières 100% naturelles, ce parfum floral intensément « rose et iris » est ciselé de jasmin, de tubéreuse et de fleur d'oranger. De fines touches de bois de cèdre et de santal modulent ses facettes florales. Ce bouquet resplendit grâce à des notes de fond d'une qualité exceptionnelle - musc tonkin et ambre gris.

Le parfum de Marie-Antoinette est vendu par souscription par le château de Versailles. Tous les bénéfices contribueront à l'acquisition du coffre de campagne de Marie-Antoinette, attribué à Riesener.

RELATIONS PRESSE

Karine Rawyler
kr@franciskurkdjian.com
Tel 0143 80 03 09
Mobile 06 73 68 67 15
Fax 01 43 80 03 63

FRANCIS KURKDJIAN



Francis Kurkdjian is one of the most famous perfumers of our time. His name appears in conjunction with Christian Dior; Jean Paul Gaultier, Giorgio Armani, Guerlain and Salvatore Ferragamo, all for whom he conceived perfumes. But, it is because of his capacity as a custom perfumer from 2001 that he could recreate the perfume of Marie-Antoinette as it was during the 'Siècle des Lumières'.

In 2004, Elisabeth de Feydeau, while researching for her book *Jean-Louis Fargeon perfumer of Marie-Antoinette*, made contact with Francis Kurkdjian. She ceded to him the authentic formulas used by the Queen's perfumier, notably found in the Bibliothèque Nationale. They show a woman of refined and sensitive tastes who was very different from her contemporaries.

A close study of the documents allowed Francis Kurkdjian to go back to the origins of his craft and precisely identify the composition of eighteenth century perfumes. He uncovered an intensity while removing the heaviness connected with the perfumes of this era: such was the olfactory inclination of this queen whose wardrobe, hairstyle, daily baths and fashions were at times in vogue and at others the subject of scandal.

For Marie-Antoinette, Francis Kurkdjian has recreated a perfume with a lasting wake, elegant and weightless like the flutter of a light dress. The olfactory preferences of the young queen are thus brought together like a bouquet of secrets.

Compiled like in the eighteenth century using one hundred per cent natural primary materials, this perfume is intensely floral. It is made from rose, iris, cut jasmine, tuberose and orange blossom. Fine woody touches of cedar and sandalwood balance the floral facets. This bouquet sparkles due to its base notes of exceptionally high quality, Tonkin musk and grey amber.

The perfume of Marie-Antoinette is sold by subscription by the château de Versailles. All proceeds from its sale will go towards the acquisition of Marie-Antoinette's travel chest by Jean-Henri Riesener.

PR CONTACT
Karine Rawyler
kr@franciskurkdjian.com
Tel 0143 80 03 09
Mobile 06 73 68 67 15
Fax 01 43 80 03 63

ELISABETH DE FEYDEAU

LE MÉTIER D' HISTORIENNE : RETOUR VERS LE FUTUR



Elisabeth de Feydeau, grâce à ses recherches pour son livre *Jean-Louis Fargeon, parfumeur de Marie-Antoinette* (coédition Perrin/Château de Versailles), a pu identifier la facture des parfums de la fin du XVIII^e siècle, découvrir le goût de Marie-Antoinette et retrouver la constante des odeurs que la Reine aimait. Le parfumeur Francis Kurkdjian a élaboré le parfum M.A. SILLAGE DE LA REINE à partir de ces éléments historiques authentiques.

Les recherches d'Elisabeth de Feydeau pour ce livre l'ont conduite aux sources du métier de parfumeur et du luxe, mettant des valeurs ancestrales qui sont aujourd'hui redécouvertes par les marques actuelles dans leurs créations : amour des belles matières, récoltes et Millésimes, rareté, unicité qui ont formé l'excellence française de la parfumerie. Mais aussi, le parfum conduisant à l'intimité de l'être, ce fut pour elle une rencontre avec la Reine, sur un jour différent : celle d'une femme sensible à l'avant-garde d'un art de vivre, une mère attentive, un esprit libre et incompris de son temps.

En avril 2005, elle reçut le Prix Guerlain pour *Jean-Louis Fargeon, parfumeur de Marie-Antoinette*.

Répondant au succès de l'édition française, son livre vient de paraître dans sa version anglaise : *A scented Palace. The secret history of Marie-Antoinette's Perfumer* chez IB Tauris pour la Grande-Bretagne, les Etats-Unis, l'Australie, le Canada et autres pays anglophones.

Docteur en histoire, Elisabeth de Feydeau est l'auteur d'une thèse sur la parfumerie intitulée : *De l'hygiène au rêve, l'industrie française des parfums de 1830 à nos jours*, Paris IV Sorbonne, 1997. Après plusieurs années passées chez Chanel et Bourjois en tant que responsable des affaires culturelles et patrimoniales, elle effectue en free lance des missions de conseil dans des maisons de luxe et de parfumerie, dont Guerlain, Lubin (Groupe Wella), IFF, Thierry Mugler Parfums, Jean-Paul Gaultier Parfums, Givenchy, Christian Dior, Lancaster, Armani Privé. Elle donne des cours d'histoire prospective et de marketing à l'ESSEC et à l'ISIPCA (Ecole des Parfumeurs).

En 2001, elle est scénographe et commissaire de l'exposition « Parfums Promenade » aux Galeries Lafayette (4 décembre 2001-5 janvier 2002).

Depuis janvier 2004, elle anime « Secrets de Parfums » aux Ateliers Olfactifs de Thierry Mugler. En juin 2005 : elle crée en collaboration avec Gérard Vié (chef du restaurant Les Trois Marches) le « Chocolat à triple vanille et ambre gris » dit « Le chocolat des Libertins », d'après une recette du XVIII^e siècle appréciée aussi de la reine Marie-Antoinette.

Du même auteur :

France, Terre de Luxe, Editions de la Martinière, 2000 (en collaboration)

L'un des sens, le parfum au XX^e siècle, Editions Milan, 2001 (en collaboration)

Le Livres des marques, Editions Milan, 2005 (en collaboration)

Jean-Louis Fargeon, parfumeur de Marie-Antoinette, Château de Versailles/Editions Perrin, janvier 2005. Prix Guerlain 2005, Journées du livre et du vin avril 2005 à Saumur.

A scented Palace, the secret history of Marie-Antoinette's Perfumer, IB Tauris, 2006

CONTACT PRESSE

Elisabeth de Feydeau

06 60 28 97 00

elisabeth.defeydeau@wanadoo.fr

ELIZABETH DE FEYDEAU

THE CALLING OF AN HISTORIAN: RETURN TO THE FUTURE



Holding a doctorate in history, Elizabeth de Feydeau wrote her thesis on perfume, titled: *From Hygiene to Dreams, the French Perfume Industry from 1830 to Today*, at the Sorbonne University in 1997.

After several years working at Chanel and Bourjois where she was in charge of culture and heritage, she became a freelance consultant for other luxury and perfume houses. These include: Guerlain, Lubin (Wella Group), IFF, Thierry Mugler Perfumes, Jean-Paul Gaultier Perfumes, Givenchy, Christian Dior, Lancaster and Armani Privé. Her work included: brand identity, identifying brand symbols, product concept, internal film story-boards and further education.

She gives prospective history and marketing classes for ESSEC and ISIPCA (School for Perfumers). She also gives conferences on the problems concerning luxury perfumes and participates in symposiums, the next of which, Marie-Antoinette: A Queen Facing History, takes place on September 26 2006. This symposium is hosted by Jean des Cars on the occasion of the release of the film by Sofia Coppola.

In 2001, she was the set designer and commissioner for the exhibition "Parfums Promenade" at Gallery Lafayette (4 December 2001 – 5 January 2002). From January 2004, she led "Perfume Secrets" at the Olfactory Workshop of Thierry Mugler, inviting those taking part to uncover and share a passion of perfumes across an initiatory and emotional maze.

6 January 2005: launch of the book *Jean-Louis Fargeon, parfumeur de Marie-Antoinette* (coédition Perrin/Château de Versailles) at the Chateau de Versailles and the introduction of the perfume M.A. SILLAGE DE LE REINE created by Francis Kurkdijan following the research by Elizabeth de Feydeau.

The research for this book took her to the roots of the luxury perfumer's craft, they put ancient ancestral values newly rediscovered into their inventions: the love of beautiful vintage and unique materials. It is all these factors combined that give French perfumes such standards of excellence. Also, the perfume gave an intimacy which was like meeting the Queen herself, except on a different day, and showed: a sensible woman whose lifestyle was daring, a caring mother, a free spirit incomparable in her time.

April 2005: Guerlain prize for *A Scented Palace: The Secret Story of Marie-Antoinette's Perfumer*, the prize is given for a work concerning the field of perfume during the previous year. June 2005: Creation and collaboration with Gérard Vié (The Three Steps) of "Chocolat à triple vanille et ambre gris" known as "Le chocolat des Libertins" after an eighteenth century recipe that was known to be appreciated by Queen Marie-Antoinette.

May to July 2006: Launch of the English version of Elizabeth de Feydeau's book *A Scented Palace: The Secret Story of Marie-Antoinette's Perfumer*, translated and adapted from the French version *Jean-Louis Fargeon, parfumeur de Marie-Antoinette*, edited by I.B. Tauris in Great Britain, America, Australia, Canada, and other English-speaking countries.

She is the author of the following works:

France, Terre de Luxe, edited by La Martinière, 2000 (in collaboration)

L'un des sens, le parfum au XXe siècle, edited by Milan, 2001 (in collaboration)

Le Livres des marques, edited by Milan, 2005 (in collaboration)

Jean-Louis Fargeon, parfumeur de Marie-Antoinette, Château de Versailles/Perrin, January 2005.

Guerlain prize 2005, April 2005, held in Samur.

A Scented Palace, the secret history of Marie-Antoinette's perfumer, I.B. Tauris, 2006

PR CONTACT

Elisabeth de Feydeau

06 60 28 97 00

elisabeth.defeydeau@wanadoo.fr

QUEST INTERNATIONAL



Société de création de fragrances et d'arômes, Quest International a la volonté de promouvoir des projets originaux et innovants portés par le savoir-faire et la créativité de ses parfumeurs. Cette démarche a été entamée par la société depuis sa fondation en 1987. Elle se poursuit aujourd'hui en devenant mécène du château de Versailles à l'occasion de la création du SILLAGE DE LA REINE.

A partir des travaux historiques réalisés par Elizabeth de Feydeau, sur Jean-Louis Fargeon, le créateur des parfums de la reine Marie-Antoinette, les parfumeurs de Quest International ont procédé à un véritable travail d'interprétation et de re-composition pour adapter les préférences olfactives de la Reine et les rendre appréciables par les nez de nos contemporains.

Comme Marie-Antoinette aimait les parfums à fort sillage, c'est une fragrance puissante et intense qui a été ré-inventée, en s'approchant au plus près de la facture de la parfumerie du XVIIIe siècle. Cette création associe l'opulence de notes florales (rose, iris, jasmin, tubéreuse, fleur d'oranger), à de fines touches boisées (cèdre, santal), soutenues en fond, par l'intensité de notes musquées et ambrées. Tel est donc le secret du SILLAGE DE LA REINE, un parfum précieux aux ingrédients prestigieux.

Pour ce projet, Quest International a permis aux talents de ses équipes d'explorer des domaines jusqu'alors inédits, en créant un parfum issu de la grande tradition de la haute parfumerie française, avec une exécution et un rendu tout à fait contemporain. Paradoxe des grands et beaux parfums dont le sillage marque les mémoires...



CONTACT PRESSE
QUEST INTERNATIONAL

Bracq Michel RP
40 ter, avenue de Suffren
75015 Paris
tél. 01 43 06 10 20
Valérie Chambon
Béatrice Parrinello
v.chambon@bracqmichel-rp.com
b.parrinello@bracqmichel-rp.com

QUEST INTERNATIONAL



Quest International is a company that creates fragrances and aromas. They wish to promote original and innovative projects supported by the expert knowledge and creativity of their perfume makers. This approach has been adopted by the company since its foundation in 1987. Today, they have continued on this course by sponsoring the Chateau de Versailles for the creation of the SILLAGE DE LA REINE.

From the start of Elizabeth de Feydeau's research into Jean-Louis Fargeon, Marie-Antoinette's perfume maker, the perfumers at Quest International began to reconstruct the olfactory preferences of the Queen in order to render them sympathetic to modern noses.

Marie-Antoinette liked perfumes that left a strong scent in their wake and so the perfume that has been created is powerful and intense, making it a close copy of eighteenth century creations. This invention combines opulent floral notes (rose, jasmine, tuberose and orange blossom) with delicate earthy touches (cedar and sandalwood) on a foundation of musk and amber. Thus is the secret of the SILLAGE DE LA REINE a precious perfume with prestigious ingredients.

For this project, Quest International encouraged its teams to explore previously unprecedented areas, and in so doing they have created a perfume in the precocious French tradition with a totally modern process and result. This paradox of old and new shows that great and beautiful perfumes will always leave enduring memories in their wake...



PR CONTACT
QUEST INTERNATIONAL

Bracq Michel RP
40 ter, avenue de Suffren
75015 Paris
tél. 01 43 06 10 20
Valérie Chambon
Béatrice Parrinello
v.chambon@bracqmichel-rp.com
b.parrinello@bracqmichel-rp.com

BEAUTÉ PRESTIGE INTERNATIONAL S.A.

Beauté Prestige International S.A, créé en octobre 1990 par Shiseido, a pour mission de concevoir, fabriquer et distribuer sur les marchés mondiaux, des parfums représentant des créateurs de mode mondialement reconnus.

Aujourd'hui BPI a sous licence trois marques prestigieuses, représentant chacune l'univers unique d'un créateur de mode : Issey Miyake, Jean-Paul Gaultier, Narciso Rodriguez.

Rémy Gomez, PDG de BPI depuis 2000, définit volontiers le métier de la Maison comme étant celui « d'éditeur » de parfums de créateur, en raison notamment de l'extrême importance attachée tant à la créativité et à l'innovation qu'au respect absolu de l'esprit des créateurs.

C'est ainsi que BPI, depuis sa création, « édite » des parfums au succès mondial : L'Eau d'Issey et L'Eau d'Issey pour Homme des parfums Issey Miyake ; Classique et Le Male des parfums Jean-Paul Gaultier ; enfin plus récemment narciso rodriguez « for her » des parfums Narciso Rodriguez.

Shiseido International France (S.I.F) est l'entité industrielle européenne du Groupe Shiseido, et rattachée à BPI afin de développer et produire les parfums et produits cosmétiques imaginés par BPI en partenariat étroit avec ses créateurs.

Avec ses deux usines situés à Gien et à Ormes, SIF appartient au « Pôle de compétitivité » de la Région Centre, consacré au domaine des sciences de la beauté et du bien-être, plus communément connu sous l'appellation de « Cosmetic Valley »



CONTACTS PRESSE

BPI/ Florence Némó
01 40 67 81 87
fnemo@bpi-sa.com

Parfums Issey Miyake :
Martine Paré-Dufoi
01 40 67 81 11
mpare-dufoi@bpi-sa.com

Parfums Jean-Paul Gaultier
& Parfums Narciso Rodriguez :
Emmanuelle Daumesnil
01 40 67 81 12
edaumesnil@bpi-sa.com

BEAUTÉ PRESTIGE INTERNATIONAL S.A.

Beauté Prestige International S.A. was created in October 1990 by the Japanese Cosmetic leader Shiseido with the mission to conceive, produce and internationally distribute the fragrances of world-famous fashion designers.

Today, BPI has License Agreements with three prestigious labels: Issey Miyake, Jean-Paul Gaultier, Narciso Rodriguez.

Rémy Gomez, CEO, likes to define BPI's activity as that of "editing" designer fragrances, primarily because of the importance given to creativity and innovation guided by the utmost respect for each designer's creative spirit.

Since its inception, BPI has "edited" with worldwide success:

parfums Issey Miyake: L'Eau d'Issey and L'Eau d'Issey pour Homme;
parfums Jean-Paul Gaultier : Classique and Le Male ;
and more recently, parfums Narciso Rodriguez: narciso rodriguez « for her »

Shiseido International France (S.I.F) is Shiseido's industrial entity for Europe, fully dedicated to the development and production of all BPI products (fragrances and cosmetics).

Comprised of two production units located at Gien and Ormes, SIF is member of France's « Pôle de compétitivité » dedicated to the economic and industrial development of Cosmetics (Competitive Center for the Sciences of Beauty and Well-Being), also known as the country's "Cosmetic Valley".



PR CONTACTS

BPI/ Florence Némo
01 40 67 81 87
fnemo@bpi-sa.com

Parfums Issey Miyake :
Martine Paré-Dufoi
01 40 67 81 11
mpare-dufoi@bpi-sa.com

Parfums-Jean Paul Gaultier
& Parfums Narciso Rodriguez :
Emmanuelle Daumesnil
01 40 67 81 12
edaumesnil@bpi-sa.com

BACCARAT : CRISTAL, PERFECTION, MÉMOIRE ET MODERNITÉ

En 1764, le roi Louis XV accorde à l'Evêque de Metz, Louis de Montmorency-Laval l'autorisation d'établir une verrerie, ancêtre de la manufacture actuelle. En 1823, Baccarat devient la première cristallerie de France. Aujourd'hui, elle exporte plus de 80% de sa production, possède 64 boutiques en propre dans le monde, et un réseau de 1500 points de vente agréés.

Attentive à la transmission de son savoir-faire unique assuré à la Cristallerie par un nombre exceptionnel de Meilleurs Ouvriers de France, Baccarat sait, depuis toujours, s'inspirer de racines établies sur l'ingéniosité d'une main-d'œuvre artisanale d'élite. Avec plus de trois mille références permanentes, au rythme de deux nouvelles collections par an : objets de décoration, verres, carafes, bougeoirs, accessoires de bureau, flacons de parfum, lustres et bijoux, gamme créée depuis 1993, Baccarat est un lieu privilégié où les créateurs aiment s'inspirer de la magie du cristal, de Georges Chevalier à Van Day Truex, Roberto Sambonet, Andrée Putman, Ettore Sottsass et Philippe Starck.

S'entourer des meilleurs verriers, souffleurs et tailleurs de cristal, associer une technologie de pointe au savoir-faire irremplaçable de l'homme, tels sont les fondements de la réussite de Baccarat.

En réalisant le flacon pour le parfum du « Sillage de la Reine », Baccarat s'inscrit dans l'histoire de la parfumerie et dans la continuité de sa propre histoire. Dès la fin du XIXe siècle, Baccarat s'illustre dans cette nouvelle aventure en créant des flacons de parfum pour les plus grands parfumeurs. Parmi ses prestigieux clients, on compte alors les parfumeurs Guerlain, Houbigant, Bourjois, et Coty. Aujourd'hui, ce sont toujours Guerlain et Coty, mais aussi Dior, Caron, Versace ou Annick Goutal. En choisissant la forme intemporelle de la carafe « Dionysos », créée par le designer Van Day Truex en 1974, ornée d'un médaillon gravé et doré aux initiales de Marie-Antoinette pour abriter le « Sillage de la Reine », Baccarat a choisi de mêler rêve nostalgique et modernité. La beauté n'est décidément pas raisonnable.



CONTACT PRESSE

Mme Anne Schuhmacher

tél : 01 40 22 11 50

anne.schuhmacher@baccarat.fr

BACCARAT, CRYSTAL, PERFECTION, MEMORY AND MODERNITY

In 1764, King Louis XV gave the bishop of Metz, Louis de Montmorency-Laval, the right to establish a glassworks, which is the ancestor of the current factory. Today, it exports over eighty percent of its yield, owns sixty-four shops over the world, and has a network covering 1500 registered sales.

Attentive to the transmission of its unique knowledge and highly qualified crystal glassworkers, Baccarat has always known to take inspiration from its roots, which are based on the ingenuity of an elite creating handcrafted works.

They have more than three thousand standard lines, and on average two new collections per year: decorative objects, glasses, jugs, candleholders, desk accessories, perfume bottles, chandeliers, and jewellery, are all created. Baccarat is elite and the designers are inspired by the magic of crystal, such as the designs of Georges Chevalier to Van Day Truecx, Roberto Sambonet, Andrée Putman, Ettore Sottsass and Philippe Starck.

Surrounded by the best glass-makers, glass-blowers and crystal-makers, and associated with the most advanced technologies with a unmatched specialized knowledge, these are the foundations on which the success of Baccarat is based.



CONTACT PRESSE

Mme Anne Schuhmacher

tél : 01 40 22 11 50

anne.schuhmacher@baccarat.fr

MAGALI SÉNÉQUIER & JÉRÔME DINAND



Les designers Magali Sénéquier et Jérôme Dinand participent à de nombreux projets internationaux dans les cosmétiques et la décoration. La parfumerie est un des domaines de prédilection de leur agence « Arketip » .

Ils ont ainsi collaboré avec les Parfums Givenchy, Paco Rabanne, Moschino, Fendi, Calvin Klein, Badgley Mischka.

Ils sont tous deux passionnés par l'histoire de l'Art et l'Architecture, Jérôme Dinand étant un fervent collectionneur de flacons anciens. Pour eux qui développent des projets toujours plus modernes, il est important de se nourrir du passé pour créer de nouveaux produits.

Aussi c'est avec enthousiasme qu'ils ont saisi l'occasion de se joindre à ce projet de mécénat en faveur de Marie-Antoinette, et d'apporter leur expertise dans le développement du flacon M.A. SILLAGE DE LA REINE.

Ils se sont inspirés des objets contemporains de Marie-Antoinette, nécessaires de toilettes, coffrets et trousseaux de voyage. Le flacon se présente sous la forme d'une fiole de cristal longiligne, facettée et gravée du monogramme « MA » présent dans l'ornementation des appartements de la Reine. Le coffret à gorge de satin gris perlé, rappel des étoffes en usage au XVIIIe, est marqué à l'or fin du monogramme et d'une couronne de fleurs, témoignage du goût de Marie-Antoinette pour la nature et les ambiances champêtres.

Magali Sénéquier et Jérôme Dinand ont trouvé passionnant de se plonger dans l'univers de la Cour à Versailles, d'aider généreusement au rayonnement de cette période de notre histoire et participer à la conservation d'un patrimoine inestimable.

CONTACT PRESSE

Magali Senequier
Jérôme Dinand
arketip@aol.com
tél : 01 40 89 01 88
fax : 01 40 89 02 77

MAGALI SÉNÉQUIER JÉRÔME DINAND



The designers Magali Sénéquier and Jérôme Dinand participate in many international projects concerning cosmetics and decoration. Perfume is one of the areas of interest of their firm 'Arketip'.

They have collaborated with on the perfumes of Givenchy, Paco Rabanne, Moschino, Fendi, Calvin Klein and Badgley Mishka.

They are both passionate about history of art and architecture; Jérôme is a fervent collector of antique bottles. Constantly developing modern projects, they find it is important to look to the past to feed their creative drive for future products.

The designers enthusiastically seized the opportunity to join this project and have brought their expertise into the design of the bottle for the SILLAGE DE LA REINE.

They were inspired by objects that were contemporary to Marie-Antoinette, such as, toilet sets, trunks and travel cases. The bottle is in the form of a rangy crystal flask, multifaceted and engraved with the monogram 'MA' that was used in the Queen's apartments. The case in grey pearled satin is reminiscent of the materials used in the eighteenth century and is marked with the monogram in thin gold and a crown of flowers, which bears witness to the natural, rustic tastes of Marie-Antoinette.

Magali Sénéquier and Jérôme Dinand have found it fascinating to delve into the universe of the Court at Versailles, to help generously highlight this period in history and to participate in the conservation of such a priceless heritage.

PR CONTACT :

Magali Senequier
Jérôme Dinand
arketip@aol.com
tél : 01 40 89 01 88
fax : 01 40 89 02 77

CRISTALLERIE DE PORTIEUX

AU PAYS DU VERRE ET DU CRISTAL,
MIRACLE DE LA BEAUTÉ FRAGILE ET DE LA TRANSPARENCE...

En Vosges, Portieux, une verrerie très considérable... - Dom Calmet de la Lorraine

La verrerie est au Siècle des Lumières l'une des industries traditionnelles de la Lorraine, car elle trouve sur place les matières premières nécessaires à la fabrication du verre. La cause déterminante de son installation est l'abondance d'un combustible, le bois. Le verre est depuis le XVIIIe siècle un des fleurons de l'image de marque de la Lorraine et la Manufacture de Portieux y a beaucoup contribué.

En 1705, le Duc Léopold de Lorraine accorde à François Magnien, son intendant, le privilège de créer une verrerie sur l'emplacement actuel de la maison Bajolet à Portieux. François III, son fils, sera le fondateur de la maison de Habsbourg-Lorraine, en épousant en 1736, Marie-Thérèse d'Autriche, le père de la reine Marie-Antoinette. Ainsi peut-on écrire que c'est grâce à la faveur du grand-père de Marie-Antoinette que les cristalleries de Portieux ont pu voir le jour.

La manufacture des verres de Portieux devient la plus considérable de la région, tant par la qualité que par le débit des verres. Résolument tournée vers l'avenir, elle pratique de nos jours la magie du geste ancestral des maîtres verriers initiés aux techniques les plus exigeantes de la création contemporaine.

Ses lignes de verre sont présentes sur les tables les plus remarquées de la gastronomie française, et dans de nombreux magasins de luxe à travers le monde. Les productions actuelles font preuve d'une véritable dimension artistique et historique, résultat de trois siècles de savoir-faire et de tradition. La cristallerie de Portieux écrit une page importante de son histoire avec le château de Versailles.

La fabrication du flacon du parfum de Marie-Antoinette, M.A. SILLAGE DE LA REINE, est une aventure d'histoire, de passion, et la réunion de grands savoirs-faire. La cristallerie a mis au service de Versailles, ses maîtres-cristalliers afin de créer dans la tradition du grand XVIIIe siècle, ce flacon de la Reine, entièrement manufacturé, soufflé bouche et façonné à la main.

Portieux : Hier et aujourd'hui, trois siècles de créativité...

La cristallerie de Portieux appartient au groupe, Faience et cristal de France, réunissant : La cristallerie de Portieux depuis 1705 - La cristallerie de Vallerysthal depuis 1707 - La faiencerie de Niderviller depuis 1635
Dirigé par Jean Jacquet, Président directeur général - Marc Jacquet, Directeur général
Jean-Louis Janin Daviet, Directeur artistique et marketing
Siège social : Faiencerie de Niderviller 1 rue de la faiencerie 57565 Niderviller
tel : 05 87 23 80 04 Fax : 05 87 23 98 76

CONTACT PRESSE :

Jean-Louis Janin Davier
jljd.fcf@wanadoo.fr

CRISTALLERIE DE PORTIEUX

In the eighteenth century, glass-working was one of the traditional industries of the Lorraine because the necessary raw materials could be found locally. The most important of these was fuel and the Lorraine had an abundance of wood. Glass was from the eighteenth century the final in the image of the Lorraine brand and the manufacturer of Portieux greatly contributed to this.

After a disastrous seventeenth century Duke Leopold I strove to bring to fruition a policy of industrial regeneration which affected many sectors, in particular those of glass and crystal.

Leopold, since 1697, lived in an independent Lorraine, following the treaty of Ryswick. His son François III was the founder of the Hapsburg-Lorraine line after his marriage to Maria Theresa of Austria, and he was the father of Marie-Antoinette, future queen of France by her marriage to the dauphin Louis XVI. In 1705, Leopold allowed his steward Sir Francis Magnien the right to create a glass-works on the site of the Bajolet house in Portieux.

Magnien's desire was to produce drinking cups and other ornamental objects, not only for the ducal table, but also with the intention of increasing the trade in glass beyond the borders of the Lorraine. The duke also charged him with the task of creating perfume flasks, round glass for windows, and, glass for mirrors and coaches. Portieux glass manufacture became the most significant in the region, known for its quality as well as for the large quantities produced.

Definitively facing the future, Portieux is the only Vosges crystal-maker in the Lorraine today. It produces crystal through the magical and ancient actions of the glassblowers who are initiated into the most demanding techniques of contemporary design. Its glass designs are present on the most well known haute cuisine tables, and appear in many luxury magazines around the world.

The output from this manufacturer is proof of an artistic and historical dimension, resulting from three centuries of know-how and tradition. This is why the crystal glassworks of Portieux has come to have a magical and historical moment through its contact with the Chateau de Versailles.

The design for the flask of the recreated perfume of Marie-Antoinette, M.A. SILLAGE DE LA REINE, is an adventure of history, passion, and of considerable savoir faire. The crystal glassworks has put its master glass-makers in the service of Versailles in order to create a bottle in the tradition of the eighteenth century. The bottle of the Queen is blown and is entirely handcrafted.

Portieux: *Yesterday and today, three centuries of creativity*

COFFRE DE CAMPAGNE DE MARIE-ANTOINETTE



Tous les bénéfices de la vente du parfum M.A. SILLAGE DE LA REINE participent au financement d'une acquisition royale : le coffre de campagne de Marie-Antoinette, par Jean-Henri Riesener. L'histoire de ce meuble tout comme sa réalisation le rendent inestimable.

C'est à Jean-Henri Riesener, célèbre ébéniste du roi depuis 1774, qu'est attribué ce coffre de campagne. Si l'ébéniste n'a pas apposé son estampille sur ce meuble, son travail est identifiable grâce à sa marqueterie de sycomore à décor de losange à triple filet d'ébène, buis et bois teinté dans un encadrement d'amarante, si typique de l'artisan. Utilisé comme une pièce mobile suivant la Reine dans ses

déplacements, ce coffre a la particularité de posséder un rare double fond secret et des bronzes d'un étonnant naturalisme, et d'une très belle ciselure.

Versailles, dont le mobilier a été vendu à la Révolution, poursuit sa politique de remeublement par l'acquisition régulière de mobilier et d'objets de provenance royale. C'est au tour de ce magnifique coffre de campagne de la Reine de retrouver le chemin de Versailles après un très long parcours.

L'histoire commence à Trianon, où Pierre-Charles Bonnefoy Duplan, ancien tapissier de la Dauphine ayant obtenu la charge de responsable du Garde Meuble privé de la Reine, a la garde de cet objet extraordinaire. Il le conservera jusqu'à la Restauration, date à laquelle il le remet à la fille de la Reine, Madame Royale, duchesse d'Angoulême. La duchesse d'Angoulême décide alors de l'offrir en gage de sa reconnaissance et de son estime à Louis François de Turgy - fidèle à la famille royale : ce dernier a partagé le quotidien des prisonniers du Temple. Turgy accompagne la princesse dans son exil en Autriche et deviendra son huissier de cabinet, plus tard, sous la Restauration. Le précieux coffre restera dans sa famille jusqu'en 1966 date à laquelle il est mis en vente et acquis par Jean Rossignol. Passé en vente le 13 décembre 2005 après son classement comme Trésor National par le Ministre de la Culture et de la Communication, l'Etablissement public du musée et du domaine national de Versailles décide de l'acquérir au prix de 350 000 euros, en prévision des bénéfices réalisés par la vente du parfum M.A. SILLAGE DE LA REINE. Une Reine, un long voyage, un parfum : quel destin pour ce beau coffre de Jean-Henri Riesener, le plus célèbre ébéniste de son temps.

MARIE-ANTOINETTE'S TRAVEL CHEST



All the proceeds from the sale of the perfume M.A. SILLAGE DE LA REINE will go towards a royal acquisition : Marie-Antoinette's travel chest, made by Jean-Henri Riesener. The story of this piece of furniture, like its creation is incalculable.

It is to Jean-Henri Riesener, the famous cabinet-maker, who was in the service of the King from 1774, that this piece of furniture is attributed. Even though the cabinet-maker did not timestamp this work, we can recognise his hand thanks to the diamond-shaped sycamore marquetry with three ebony threads, and the box elder tinted in an amaranth frame, typical of the artist. Used as a travelling case by Marie-Antoinette, this chest has a rare secret compartment, the decorative bronze is of astounding naturalism and is beautifully carved.

By acquiring this piece of furniture Versailles is following its policy of refurbishing the Chateau with furniture and other objects of royal provenance. It is time for the magnificent travelling chest of the Queen to find its way back to Versailles after a long journey.

The story starts at Trianon where Pierre-Charles Bonnefoy Duplan, previously the Dauphine's upholsterer was put in charge of the Queen's private storage, and thus in charge of this extraordinary object. He kept it through to the Restoration when he passed it on to the Queen's daughter, Madame Royale, Duchess of Angouleme. The Duchess of Angouleme in turn gave it to Louis Francois de Turgy, a loyal supporter of the royal family in recognition of her respect for him: he had shared the routine of the Temple with its famous prisoners. Turgy accompanied the princess to Austria during her exile and was her councillor during the Restoration. The precious chest stayed in his family until 1966 when it was auctioned and bought by Jean Rossignol. On the occasion of its sale 13 December 2005, after it was classed as a National Treasure by the Minister of Culture and Communication, the Etablissement public de musée et du domaine national de Versailles' decided to buy it for 350,000 euros, pre-empting the proceeds from the sale of the perfume M.A SILLAGE DE LE REINE. One Queen, one long journey, one perfume: what a destiny for this travel chest by Jean-Henri Riesener, the most famous cabinet-maker of his time.