Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

(Vidéo) Comment voir le défilé Louis Vuitton au Palais des papes?



La mode s'invite à Avignon ce jeudi 22 mai avec la marque de luxe Louis Vuitton qui investit le Palais des papes pour présenter sa nouvelle collection. 460 personnes ont été invitées pour venir voir le défilé. Comme elles, vous pouvez découvrir la collection 'Croisière 2026' en direct depuis chez vous.

Le styliste français Nicolas Ghesquière, directeur artistique des collections Femme de Louis Vuitton depuis 2013 a choisi la majestueuse Cour d'Honneur du Palais des papes pour présenter la 'Collection Croisière 2026' au monde. Des invités de prestige devraient assister à ce défilé au cœur du monument avignonnais.

Le défilé débutera à 21h ce jeudi 22 mai et sera même accessible au grand public via la chaîne youtube de Louis Vuitton sur laquelle l'événement sera diffusé en live. Pour l'occasion, deux fan zones sont installées pour le public sur la Place Pie et la Place du Palais des Papes.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Patrick Bruel : les premières images de son hôtel à l'Isle-sur-la-Sorgue



Après l'acquisition, en 2007, de son domaine viticole et oléicole sur le plateau de Margoye, à l'Isle-sur-la-Sorgue, le chanteur comédien consolide son ancrage vauclusien en ouvrant, au printemps prochain, un hôtel de luxe dans la cité des antiquaires.

« Prendre soin de chaque client comme un ami » c'est en ces termes que Patrick Bruel présente l'esprit qui devra souffler sur ce nouvel établissement hôtelier qui ouvrira ses portes en mai prochain. Cet hôtel 5 étoiles disposera de 49 chambres dont 11 suites, d'un restaurant gastronomique, d'un bar à cocktail, d'un SPA, d'une piscine extérieure et d'une galerie d'art. Une boutique proposant les productions du Domaine de Léos (vins, huile d'olive, miel, cosmétiques..) complétera évidemment l'offre. Cet hôtel, sera installé en lieu et place de l'ancienne scierie Rousset Frères, située en bordure de la Sorgue, 1, porte de Bouïgas. La réhabilitation et le design du bâtiment datant du 19ème siècle et offrant une surface de 2 600 M^2, ont été confié au cabinet de Jean-Philippe Nuel, un grand nom de l'architecture intérieure haut de gamme.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



chambre coté lit © Jean-Philippe Nuel/Axe 3D Studio

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



chambre coté salle de bain © Jean-Philippe Nuel/Axe 3D Studio

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



salon © Jean-Philippe Nuel/Axe 3D Studio

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



bar © Jean-Philippe Nuel/Axe 3D Studio

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



restaurant © Jean-Philippe Nuel/Axe 3D Studio

Les porteurs de ce projet revendiquent pour ce futur hôtel une autonomie en énergie à hauteur de 82 %. La direction de cet établissement sera assurée par Emmanuel Borla, un professionnel aguerri dans de l'hôtellerie de luxe. Cet hôtel opérera sous l'enseigne M Gallery du groupe ACCOR, qui regroupe plus d'une centaine d'hôtels de charme et de prestige un peu partout dans le monde. La réservation sur la plateforme du groupe ACCOR est d'ores et déjà ouverte. Compter au minimum 300 € pour une chambre standard et 500 € pour une suite.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Patrick Bruel ©DR

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Jean-Philippe Nuel ©Eric Cuvillier

« Une atmosphère qui apaise et qui inspire »

Baptisé « L'Isle de Léos », déclinaison du domaine de Léos (également propriété de Patrick Bruel), cet hôtel a pour ambition d'être un lieu de vie à l'ambiance provençale, mais un peu en rupture avec les codes habituels (voir illustrations du cabinet d'architecte). L'hôtel projette également de proposer à ses clients de nombreuses activités comme la visite guidée de la ville, des cours de cuisine ou l'ascension du Mont Ventoux en vélo… « Permettre à ses hôtes de vivre des expériences personnalisées, sources de mieux être… et peut être même qui sait de vie nouvelle… » promet sans détour les documents de présentation du projet. De son côté Patrick Bruel souhaite que ce soit un endroit où on y trouve tout ce qu'il aime en Provence : la lumière, les parfums, les couleurs. « Une atmosphère qui apaise et qui inspire » ajoute-t-il.

www.domainedeleos.com

Château de Massillan : luxe, calme et volupté dans un havre de paix 100% zen à Uchaux

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



« Ce lieu chargé d'histoire est bien plus qu'une escapade en Provence. C'est une philosophie, un art de vivre bio-écologique et écoresponsable. » C'est ce que dit, en prologue, à une visite de cet ancien relais de chasse offert en 1555 par Henri II à Diane de Poitiers, Didier Perréol, le propriétaire du Château de Massillan. Un entrepreneur ardéchois et autodidacte, engagé tout au long de sa vie professionnelle dans le développement de la filière bio et aujourd'hui, à la fois jeune marié et jeune retraité.

Avec son château de pierres blondes, ses 2 tours crènelées, son parc arboré, ses platanes et marronniers centenaires et son potager de 4 000 m² aux 500 variétés de fruits et légumes bio, d'herbes aromatiques, serres pour végétaux anciens et une immense verrière qui sert de poulailler.

Massillan, c'est un concentré de bonheur ambiant avec ses 32 chambres et suites, classiques ou design, des fibres nobles comme le lin, le chanvre et le coton nature pour les parures de couchage, les serviettes et les rideaux, du chêne massif pour le mobilier, le parquet et les escaliers, une literie haut de gamme

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

100% Made in France, des peintures à la chaux teintées de pigments naturels, un éclairage doux à basse consommation, mais aussi des espaces « Feng Shui » orientés en fonction des points cardinaux qui insufflent énergie et harmonie.

« Ici, tout est pensé pour que les visiteurs ressentent du bien-être, se relaxent, se détendent, lâchent prise, explique Didier Perréol. C'est un lieu de vie nature, équilibré, au cœur d'une oasis de verdure et à l'écart du bruit même si les autoroutes A7 & A9 ne sont pas loin. »



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Pas moins de cinq ans de travaux de rénovation ont été nécessaires pour cet écrin de pierre et de verdure, envahi de ronces au début de cette aventure humaine. Ensuite, au milieu des 10 hectares, des platanes et des oliviers, se sont révélés des bosquets, des pelouses et des massifs de fleurs. Une reconstruction avec des artisans au savoir-faire indéniable, sélectionnés par le patron, un ardéchois exigeant qui a voulu concilier art de vivre et respect de l'environnement. Notamment dans le spa de 600 m² avec un hammam et deux saunas, des cabines de massage, des douches multi-jets, une fontaine de glace revigorante, une cascade d'aquabike, un centre de fitness avec équipements en bois rare et deux gros fauteuils de relaxation massants et chauffants pour se ressourcer, une piscine à l'intérieur et une autre sur le toit avec vue à 360°. Le bassin du spa est chauffé avec un système de géothermie qui récupère la chaleur à 100 mètres de profondeur grâce à 16 forages. Et le tri sélectif est systématique pour le verre, les papiers, cartons, plastiques et les matières végétales sont recyclées ou valorisées.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Côté cuisine, les gourmets ont le choix entre bistronomie et gastronomie. Le chef, Sébastien Nouveau, puise son inspiration dans le potager du jardinier-maison, Damien. Un passionné qui veille sur ses oliviers, ses artichauts violets, ses courges, ses lavandes, ses lauriers, ses romarins, son aneth ou son thym. « Avec le chef et le pâtissier, nous concoctons une carte qui met en valeur les fruits et légumes de saison, certifiés 'Ecocert', les framboises, fraises, groseilles et fleurs de sureau et d'acacia qui décorent nos assiettes et surtout apportent du goût. »

Des producteurs exclusivement locaux sont mis à l'honneur. Culture maraîchère et production fermière du Mont-Ventoux, agneaux de la Crau, fromages affinés de Bollène, asperges et truffes d'Uchaux, petit-épeautre de Haute-Provence, riz de Camargue, châtaigne d'Ardèche, huile d'olive bio et vin maison du Domaine de La Guicharde qui appartient aussi à Didier Perréol.

« Ici, c'est un lieu d'échanges, où des salles de réception, de séminaires, de cérémonies, mariages, anniversaires ou comités de direction (de 250 m² & 450 m²) sont aménagées avec vue imprenable sur le parc », conclut Didier Perréol. Il a investi autour de 10M€ pour que ce Château de Massillan devienne le refuge douillet d'une clientèle éprise d'un bonheur champêtre et raffiné. Et il a réussi.



Didier Perréol

Contact : contact@chateaudemassillan.fr / 04 90 40 64 51

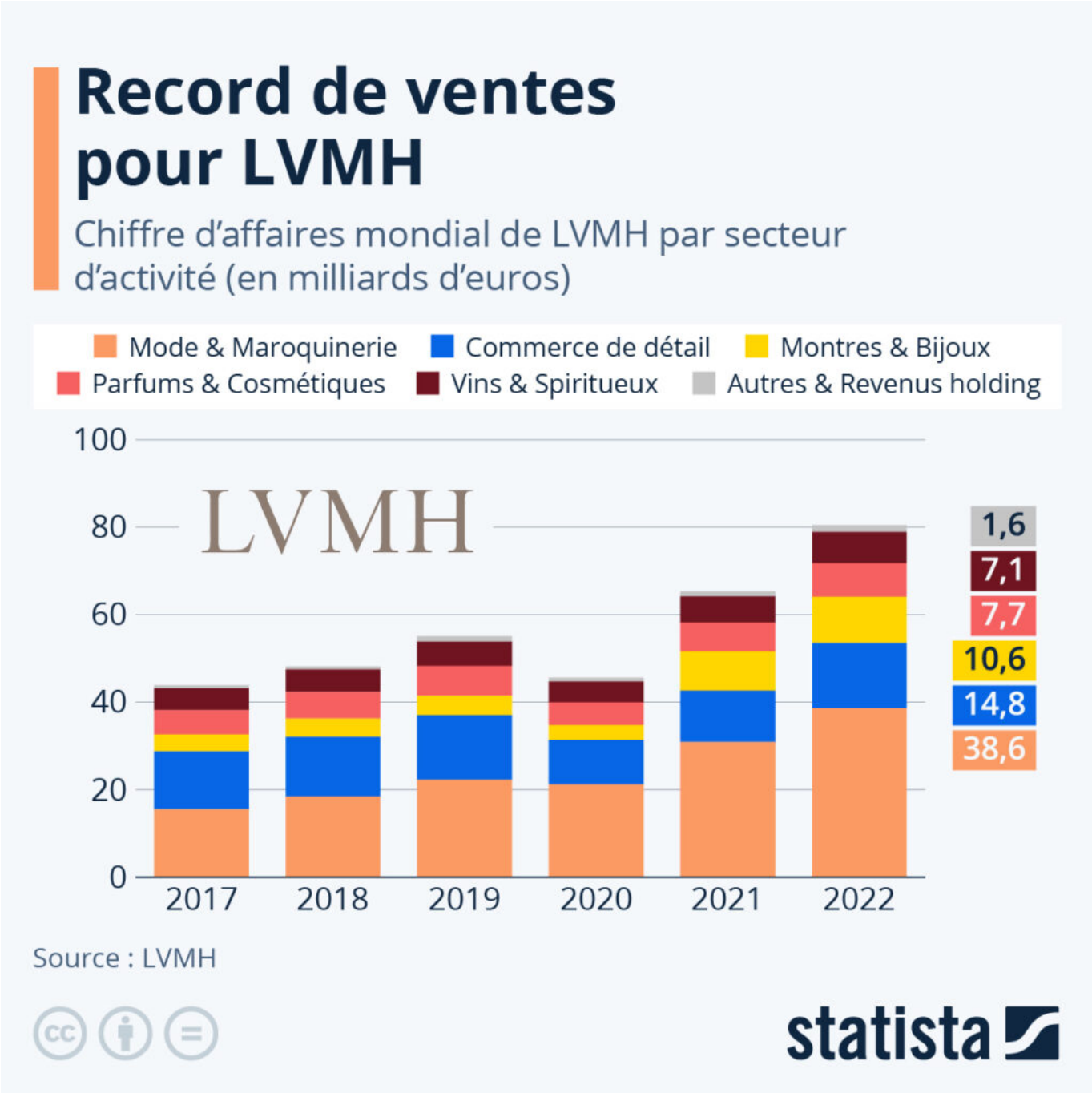
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Record de ventes pour LVMH

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Le leader mondial du luxe LVMH, dirigé par l'une des personnes les plus riches du monde, Bernard Arnault, a réalisé un chiffre d'affaires record d'environ 79 milliards d'euros en 2022, soit une augmentation de 23 % par rapport à l'année précédente. Selon le rapport annuel du groupe, le bénéfice a également grimpé d'environ 4 milliards pour atteindre 21 milliards d'euros. LVMH possède plusieurs grandes marques connues de produits de luxe telles que Louis Vuitton, Christian Dior ou Givenchy.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

En outre, les données de l'entreprise montrent que ce sont surtout les articles de mode et de maroquinerie qui ont contribué à la hausse de ses revenus. Avec ses marques de mode, LVMH a réalisé l'année dernière un total de 38,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Le secteur de la vente au détail suit à une certaine distance avec 14,9 milliards d'euros. Parmi les autres segments d'activité, on trouve les montres et les bijoux, avec des marques comme Hublot et Tiffany, les parfums et les cosmétiques ainsi que les vins et les spiritueux. Concernant ce dernier, LVMH est surtout connu pour son champagne et son cognac. En 2022, l'entreprise française a vendu environ 70,9 millions de bouteilles de champagne et 94,3 millions de bouteilles de cognac – les principaux clients étant les États-Unis.

De Claire Villiers pour Statista

De Madagascar à Saint-Didier, Ibeliv, success story familiale





Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Me voici garée sur le parking d'une petite zone artisanale à Saint Didier. Face à moi une rangée de petits bâtiments blancs dans un cadre verdoyant. Je frappe à la porte d'un ancien garage. Toc toc métallique. J'entends des bruits de pas sur un escalier intérieur et puis l'on m'ouvre. J'entre dans un cube blanc. Mon regard épouse la pièce. J'arrive au service des expéditions. Odeur de raphia et de cartons. Des chapeaux, des sacs sont empilés par référence. Tout y est organisé et soigneusement rangé. Rien ne dépasse. Je suis chez Ibeliv.

Un escalier mène à une immense mezzanine

Sur ma droite se déploie un paysage de Madagascar exécuté par un artiste. La pièce est baignée d'une lumière traversante délivrée par des fenêtres horizontales. Au sol des tapis en raphia cousus de cuir, une porte ancienne s'est muée en table basse, un vieux téléphone en bois et bakélite attend un éternel appel. Il y a quelque chose de 'Out of Africa' ici.



Une ambiance cousue main

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Un peu plus loin un portant fait de bois flotté –prélevé sur l'île de la Barthelasse et fabriqué par l'équipe- arbore différents chapeaux et sacs dont de drôles de poissons crochetés en raphia qui égaillent le lieu de leurs couleurs. Un salon en cuir, encore des tapis, une cabine d'essayage, un studio photo puis des bureaux. Voilà, je suis engloutie dans une ambiance blanche teintée de couleur miel, ponctuée d'antiques trouvailles.

Des collaborateurs immergés dans l'univers d'Ibeliv

Les 'belivers' vivent dans un showroom. Tout est dit. C'est comme se promener dans la pensée de Liva qui promeut du savoir-faire artisanal de Mada, des 1 000 femmes artisans qui travaillent pour Ibeliv, tout ici émane de la vie de Liva, à la fois ambassadeur de son île Madagascar, de la France et aussi de la professionnalisation des femmes de l'île.



Toute une équipe

Sur le plateau, des hommes et des femmes attentifs à leurs écrans, penchés sur des documents. La ruche

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

bruisse de dialogues discrets. Ici on parle au monde entier. Pensez, 500 000 objets Ibeliv se baladent actuellement dans le monde. Et tout ce business émane de Saint-Didier, petit village situé à côté de Carpentras avec un peu moins de 2 000 âmes au compteur.

Sur la table basse

Sur la table basse le couple Sarkozy fait la une de Gala tandis que Carla Bruni arbore le 'Laza', un magnifique sac de plage en raphia et cuir doublé signé… Ibeliv. « Un must have qui prendra une jolie teinte miel foncé avec la patine du temps», promet Liva Ramanandraibe, le fondateur et dirigeant d'Ibeliv.



Tout commence avec Ibeliv

Ibeliv. Je crois. Je crois en quoi ? « En moi ! » Fou rire de Liva Ramanandraibe. Il est malgache, adore son île d'où il a dû s'arracher pour poursuivre ses études et devenir expert-comptable ainsi que l'a souhaité Tiana, sa maman. Qui est-elle, que fait-elle ? Elle est à Mada où elle dirige la fabrique de chapeaux, de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

sacs et autres objets artisanaux que Liva Ramanandraibe a lui-même dessinés. Là-bas Ibeliv a fait construire de beaux bâtiments, 1 800 m2 d'ateliers et de bureaux où œuvrent 1 000 femmes artisans qui peuvent ainsi subvenir aux besoins de leur famille et d'elles-mêmes. Si l'île est pauvre «elle est riche, entre autres, de son raphia et d'un savoir-faire millénaire, » sourit Liva.

I beliv I can fly

'Mada' c'est toute la vie de Liva qui a quitté son île chérie pour la France 'qui m'a accueilli et à qui je dois beaucoup'. Oui mais… Diplôme d'expert-comptable en main et déjà en poste dans un cabinet d'expertise comptable, Liva Ramanandraibe ne s'habitue pas au ronron du quotidien entre quatre murs. Le soir, lorsqu'il rentre, il se trouve parfois nez à nez avec des monticules d'objets en raphia rapportés par Tiana, sa maman, lorsqu'elle fait ses incursions sur le vieux continent. Odeur de raphia et d'épices c'est Madagascar qui se rappelle aux bons souvenirs de Liva dont la gorge se serre de tout ce qu'il ne vit pas ni ici, ni là-bas. 'Mon studio embaumait l'artisanat de Mada quand maman surgissait avec ses nombreux cadeaux miroirs de tout ce qui se faisait de plus beau sur l'île.»



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Les marchés

Alors naît l'idée pour Liva d'en faire la promotion sur les marchés de Provence, la seule planche de salut qu'il ait trouvé pour ne pas regagner le bureau. Pourquoi faudrait-il perdre sa vie à la gagner ? Lever à 4 h du mat, chargements, kilomètres, courir après le placier, décharger, se re-garer. Revenir à son emplacement mais que d'autres ont squatté entre-temps, l'air de rien. D'autres encore vous somment de ficher le camp car ils ne veulent pas de vous à cet emplacement pour d'obscures raisons. Il y a ce monde caché dans les marchés où l'on est bien placé qu'à l'ancienneté. Un théâtre de forces qui se jaugent, aux stratégies souterraines pour gagner l'allée la plus fréquentée, le meilleur chemin pour être visible. Les jours 'sans' aussi avec la pluie, le vent, le froid, d'écrasantes chaleurs… On ne sait jamais de quoi sera faite la journée ni si l'on gagnera ou pas sa pitance du jour.

Qu'importe !

«Madagascar n'est pas riche. Au contraire. Je savais vivre de rien. Et quand on n'a rien on ne risque plus grand-chose, alors je faisais mon petit bonhomme de chemin sans me mettre la pression, sans douter de moi, mais avec la ferme intention de mener ma vie là où elle devait s'inscrire. » Ça veut dire quoi ? « 10 ans de marché pour commencer puis suffisamment de bouteille, de trésorerie pour fonder Ibeliv, une e-shop remplie des modèles que je dessine et fais réaliser là-bas depuis nos propres ateliers. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Liva Ramanandraibe

L’interview
Ibeliv fête ses 10 ans cette année
«Etre chef d’entreprise ? C’est surtout un désir de Liberté, ne pas s’ennuyer, sortir du cadre, voyager et aider Madagascar. Quand je suis parti de Madagascar à 16 ans, mon projet était de réussir. C’est un arrachement de partir de son pays, de quitter sa famille. Étudier c’était réussir, donc je me suis dirigé vers un bac tertiaire, gestion des entreprises, puis expert-comptable. Je crois que j’ai toujours eu envie de gérer une entreprise. Ma maman ? Elle a un tempérament d’entrepreneur d’ailleurs dans sa carrière elle fut directrice des ressources humaines (DRH) pour une importante structure. La base de ce que je suis ? Je la dois à l’éducation, à ma maman.»

Remettre en question le processus
«J’ai remis en question le processus lorsque je me suis retrouvé enfermé dans un bureau.J’étais

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

fraîchement diplômé. J'ai dû remettre en cause les projections professionnelles idylliques de nos enseignants. On est jeunes, on idéalise, on veut changer le monde, confiant en ses compétences et savoirs. On baigne dans un monde préservé où l'on ne vous raconte pas ce qu'est la vie active. Les enseignants sont loin du monde de l'entreprise parce qu'ils n'y ont pas exercé. Ils n'ont pas connu le manque de filets, ni le rendez-vous avec le banquier pour débloquer un financement. De la théorie à la pratique tout est différent. Lorsque j'ai intégré un cabinet d'expertise comptable, que j'ai compris que je n'aurais que 5 semaines de vacances par an et pour seule récompense peut-être un bon salaire… Tout ça pour quoi ? Pour servir le capital ? J'ai mis les voiles et je les mets encore. J'y suis resté moins d'un an.»



Petit tour d'horizon du showroom Ibeliv

C'était déjà sous mes yeux

«Ce que je voulais faire était déjà sous mes yeux.Dans mon studio à Avignon tous les objets artisanaux que ma maman rapportait pour faire des cadeaux. Aujourd'hui on pourrait parler d'évidence mais à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

l'époque j'étais juste en survie. J'avais claqué la porte de l'entreprise et je n'avais plus rien. C'était la peur, la liberté sans emploi du temps. On doit forger sa propre réalité. J'ai attaqué les marchés. D'abord les marchés aux puces en vendant mes vêtements et mes disques. Je fréquentais un tout autre univers et j'ai dû m'adapter. Je me rappelle le bruit des tréteaux et des camions qui se vident. Le forain qui arrive, le café du matin, les rouages du métier. Je suis un grand spécialiste de la Provence secrète… Si je ne m'y suis pas senti à ma place, j'y ai acquis pendant 10 ans, une expérience commerciale précieuse. La base de toute aventure entrepreneuriale. L'école de commerce à la source, et sur le terrain (rires). Aujourd'hui cela fait partie de ma richesse. Cette quête de liberté m'a poussé tous les jours à refaire ma vie, à la redessiner et à trouver ce qui serait équilibrant. Ce qui est équilibrant ? C'est de ne pas se sentir contraint. Construire autour de soi un écosystème bienveillant.»

Je suis un créatif

«J'ai eu des idées, des mises en place, j'ai fait des choix économiques qui ont permis de développer une structure saine dans tous les aspects, comme de faire profiter le plus grand nombre. Je me suis mis au service de Madagascar. Ibeliv ? C'est six personnes au siège social à Saint-Didier, 8 commerciaux multimarques qui nous permettent de rayonner dans le monde entier : France, Italie, Grèce, Allemagne, Autriche, Suisse, Japon, États-Unis, bientôt de nouveaux bureaux et même un centre de production. Où ? Juste à côté d'ici…»

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026





Pour les grands je suis un petit

On parle chiffre ? «Non parce que pour les grands je suis un petit et pour les petits je suis grand.» On parle croissance régulière de Ibeliv, de croissance à 2 chiffres ? «Oui… Je ne veux pas me situer parce qu'il y a encore plein de projets. Mes ambitions sont de grandir et de faire progresser mon pays. Mon pari gagnant ? Le service clients, la réactivité, l'accompagnement de la commande… La marque s'inscrit dans le classique chic et tendance, dans l'objet durable qui prend une belle patine avec le temps et ne se démode pas. Nous vendons des accessoires Premium et souhaitons aborder très prochainement le luxe. Cela passera auparavant par comment l'aborder : Est-ce un prix, une qualité, une expérience, une exclusivité ? Difficile de définir le luxe.»

Notre positionnement ? Pensé pour durer

«Il sera de tirer le produit vers le haut et de faire reconnaître une qualité de travail. Nous sommes une maison de savoir-faire et de qualité, pas de mode car la mode a quelque chose d'éphémère. Nous nous voulons des produits qui durent dans le temps, qui soient résistants. Nous sommes aux antipodes de l'obsolescence programmée, de ce qui pourrait être démodé. Aujourd'hui ? Nous proposons une trentaine

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

de références : chapeaux, sacs, pochettes. On ne veut pas noyer le client avec les références, on veut faire des classiques pertinents. Un ‘tube’ auquel tout le monde adhère.»





Un système breveté

Le problème du chapeau, c’est le tour de tête comment être sûr qu’il soit bien ajusté à la tête du client ? « J’ai créé un système breveté, une lanière en cuir qui permet cet ajustement sur 4 à 5 centimètres ce qui permet de ne pas avoir de retour ni pour les magasins –qui n’aura pas à gérer des tailles du stock grâce à la taille unique – ni pour l’e-shop. Ce système n’existait pas auparavant.»

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Un tour de taille de tête ajustable breveté Ibeliv

Mada ? J'en reviens

«Je reviens de Madagascar et je me sens tout petit face à l'impact d'Ibeliv là-bas, qui fait vivre les familles de plus de 1 000 femmes artisans, crochetant nos modèles. Je me rends compte, à chaque réunion, à quel point le cercle s'agrandit. Nous comptons avec l'expérience des personnes qui travaillent pour nous dès le début et qui savent qu'il s'agit d'un emploi permanent. Nous intervenons aussi pour la scolarisation des enfants avec 'Ibeliv Garden' qui fait écho à ma propre enfance afin que, pour faire des études, les jeunes n'aient pas à être déracinés. Je ne voulais pas partir, mais il n'y avait pas les infrastructures pour me donner les armes. Il n'y a pas les mêmes accès à la connaissance. Pas de médiathèque, pas de connexion internet… Je voudrais pouvoir amener cette ouverture d'esprit aux enfants pour qu'ils n'aient plus à partir. Les gens partent parce que c'est leur seule option. Peut-être mes petits-enfants verront-ils ce qui est initié maintenant. Quoi qu'il en soit la France m'a adopté et j'ai mes propres repères, mais je serai toujours entre les deux pays.»

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Le vrai leitmotiv d'Ibeliv ?
«Travailler dans la loyauté avec les magasins, en offrant des accessoires de très grande qualité, à la date donnée. Les 600 magasins multimarques –dont 100 en France- représentent la partie la plus importante de notre activité.»





Les mouvements du monde
«Nous vivons un basculement des ordres. Avant nos priorités étaient le capital, le confort, or, nous sommes en train d'atteindre les limites de ce système. Le basculement ira vers le retour à la nature, aux sources, aux vraies valeurs, à la biodiversité. Madagascar accueille 90% d'une flore qui n'existe nulle part ailleurs. L'île souffre de déforestation, d'une trop forte exploitation de ses ressources, du braconnage…Il faudra assainir la situation. Cela passera par éduquer, réglementer, prendre conscience… Car celui auquel on pense en dernier, dans son propre pays, reste le malgache.»

Je suis une vache pourpre
«Je suis une vache pourpre –se concentrer sur une niche que l'on peut dominer- car tous ceux qui

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

montent là-bas des ateliers de confection vont chercher des marchés de fabricants auprès des marques internationales alors que nous nous sommes la marque et travaillons pour le relèvement de Madagascar.»

Notre projet ? Le renouveau de Madagascar

« Ibeliv travaille pour le relèvement de Madagascar, pour l'émancipation, la liberté des femmes par le travail. Lorsque je fais des recrutements c'est ce que je dis aux femmes que je recrute : prendre le temps d'exécuter un travail de grande qualité, miroir de leur savoir-faire, de leur culture qui rayonnera dans le monde entier par la commercialisation de produits raffinés, inscrits dans le temps, tout cela en contrepied de la mode. Et puis Ibeliv Garden s'adresse à leurs enfants. L'accueil de 100 enfants, de 5 classes, la création d'un centre d'épanouissement, de terrains de sport, de jardins potagers, de cantine…





Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

La France domine le marché du luxe

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Né en 1821, Louis Vuitton devait connaître une belle ascension : à 16 ans, il quitte son petit village d'Anchay dans le Jura pour rejoindre Paris à pied et fonder ensuite sa marque de maroquinerie. Deux cents ans après la naissance de son fondateur, le 4 août 2021, la marque phare du géant du luxe LVMH séduit toujours et maintient la tête du classement des marques de luxe les plus valorisées, selon les données BrandZ/Kantar.

S'il y a un marché que la France domine, c'est bien celui de la mode et du luxe. Comme le montre notre graphique Statista : sur les dix marques de luxe les plus valorisées en 2021, six sont tricolores. Louis Vuitton se hisse à la première place du classement, avec une valorisation de 75,7 milliards de dollars, suivi près de 30 milliards de dollars derrière par la maison Chanel (47 milliards de dollars). En janvier 2021, LVMH avait passé la bague au doigt au joaillier américain Tiffany, un accord qui se chiffrait alors aux alentours de 16 milliards de dollars.

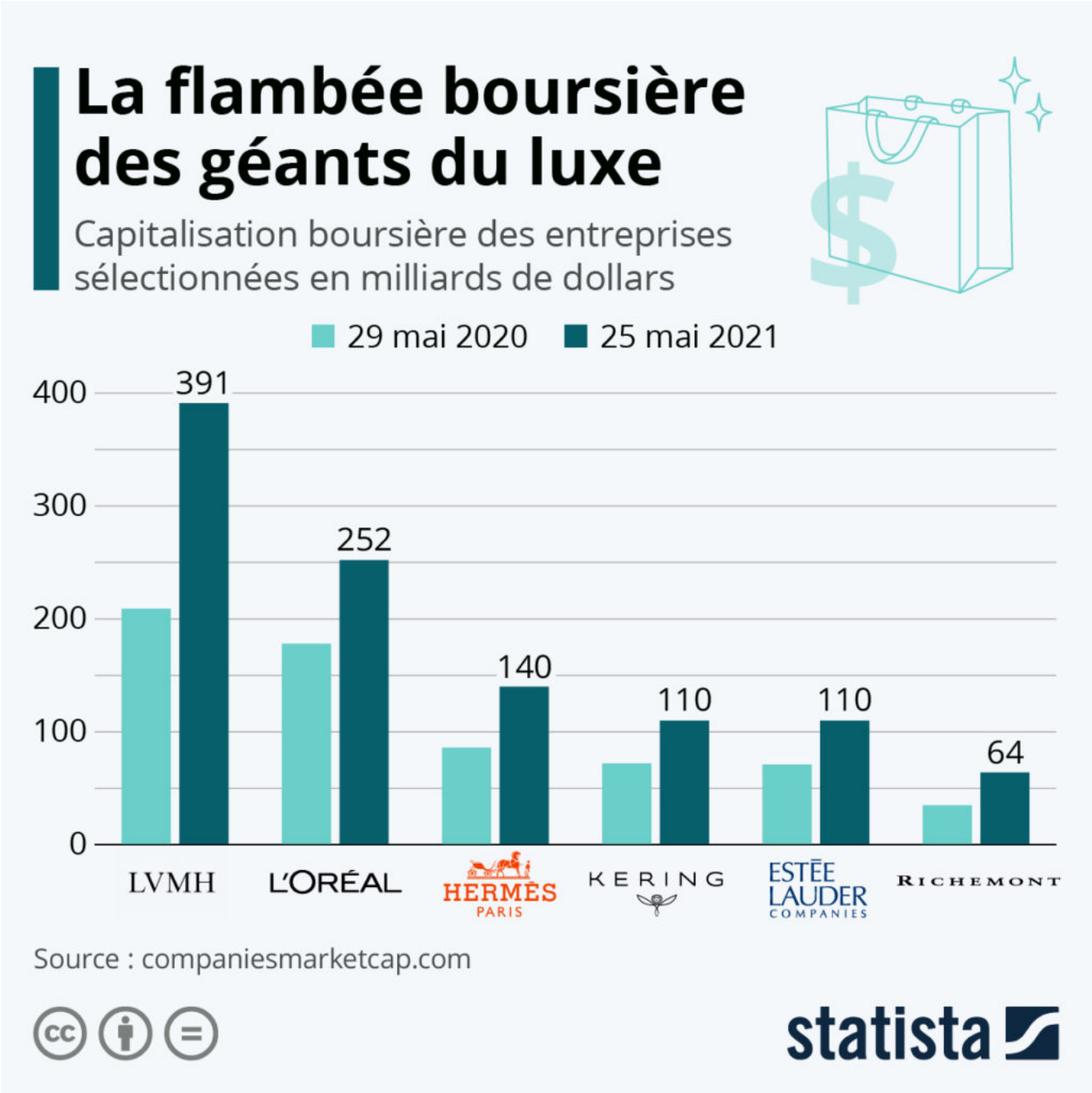
Le podium est complété par Hermès, dont la valorisation est chiffrée à 46,4 milliards de dollars. Les maisons Dior, Cartier et Yves Saint Laurent, respectivement aux 6ème, 7ème et 8ème positions de ce classement, représentent également les couleurs de la France sur le marché du luxe mondial.

De Claire Jenik pour Statista

La flambée boursière des géants du luxe

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Bernard Arnault, le patron de LVMH, a brièvement détrôné Jeff Bezos au classement des plus grandes fortunes mondiales le week-end dernier, avant de retomber en seconde position à l'ouverture des marchés américains en début de semaine. La flambée du patrimoine du célèbre milliardaire français – qui s'élève désormais à plus de 187 milliards de dollars (153 milliards d'euros) – résulte en grande partie des très bonnes performances boursières du géant du luxe, LVMH, dont la valeur de marché a augmenté de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

plus de 85 % en l'espace d'un an.

Profitant de résultats en nette reprise sur les derniers trimestres, les grands groupes de l'industrie du luxe s'attirent les faveurs des investisseurs et ont littéralement décollé en Bourse, comme le met en évidence notre graphique. Le suisse Richemont a ainsi vu sa valeur de marché augmenter de 82 % sur les douze derniers mois, soit la deuxième meilleure performance derrière LVMH, suivi par Hermès International avec une hausse de 63 %. Quant aux groupes Kering et Estée Lauder, ils ont chacun enregistré une croissance de plus de 50 % sur cette période.

De Tristan Gaudiaut pour Statista