

# expression active



CCI DOUBS

LE MAGAZINE  
ECONOMIQUE DE  
LA CCI DU DOUBS

n°71  
oct. > déc. 2017



AVEC TIMEX, SILMACH  
RÉVOLUTIONNE  
LE MOTEUR HORLOGER

PAGE 12



LA MOBILITÉ  
POUR TOUS  
SELON COLIBRIUS

PAGE 19



L'OPTICIENNE  
MOBILE ET  
SOLIDAIRE

PAGE 22



INDUSTRIE

# ENTREPRISES : MONTREZ-NOUS VOS SAVOIR-FAIRE

## “L’horloger” de l’objet design séduit le Louvre, le MoMA, l’émir du Qatar...

**inspiration** À Morteau, l’entreprise “Tout simplement” dirigée par le designer Philippe Ferreux alimente les boutiques des plus grands musées au monde. Faits main, les marque-pages, magnets ou cartes de vœux... reflètent la rigueur du Haut-Doubs.

De la fenêtre de son bureau, à Morteau, Philippe Ferreux entrevoit au loin un troupeau de montbéliardes pâtureant dans l’herbe verte. C’est ici, au cœur du berceau de l’horlogerie, que le designer a installé en 1996 sa société de création d’objets de décoration. Ici qu’il puise son inspiration et trouve les compétences. Formé à l’école du bois de Mouchard, il a créé par exemple la Tour Eiffel en modèle réduit sur de l’inox, la porte du château de Versailles, la pyramide du Louvre... Il a également inventé le crayon de papier renfermant un aimant qui peut s’accrocher sur les surfaces métalliques ou des packagings pour des marques, des présentoirs. Les réalisations, fines et raffinées, sont vendues dans les boutiques officielles des musées entre 8 et 20 euros, voire davantage. “L’an dernier, suite aux attentats, nous avons connu une forte baisse d’activité. Aujourd’hui, ça repart. Depuis un an, nous travaillons avec la Tour Eiffel. Nous déclinons l’édifice en marque-pages, porte-photos. Nous travaillons aussi avec le MoMA. (musée d’art moderne de New-York), le musée Van Gogh (Amsterdam), l’Atomium (Bruxelles), le musée Rodin (Paris), Versailles...” témoigne Philippe Ferreux. Ce marché, il l’a conquis grâce à sa notoriété. Le ministère de la Culture lui a rendu service en demandant aux sites français des produits “Made in France” et non “Made in China”.

“Tout simplement” – qui n’a pas de boutique de vente – remplit son carnet de commandes lors de salons spécialisés et sur Internet. “La force de Philippe, c’est d’avoir un carnet d’adresses large pour trouver toutes les compétences et sous-traitants nécessaires” témoigne Agnès, son épouse, qui gère la partie administrative. Les rubans des marque-pages sont par exemple noués par les travailleurs en situation de handicap de l’E.S.A.T. de Maîche. Des entreprises ou particuliers sont aussi clients de “Tout simplement”.

En début d’année il a ainsi réalisé de magnifiques cartons d’invitations expédiés dans le monde entier, pour un prince Qatari qui inaugurerait une exposition de bijoux au Grand Palais à Paris. Le Ritz à Paris et le groupe Edmond de Rothschild en ont fait de même. Le savoir-faire mortuacien s’exporte!



[www.design-objet.fr](http://www.design-objet.fr)

↓ Les réalisations fines et raffinées sont vendues dans les boutiques officielles des musées [...]

