

dialogue vêtements

1. nämen, vilken snygg tröja !
2. tack, jag köpte den hos Zadig & Voltaire, känner du till det?
3. ja det är ett franskt konfektyrmärke som existerar sedan 1997
4. ja och märkets grundare heter Thierry Gillier
5. hans gammel farbror är medgrundare till företaget Lacoste
6. märkets namn kommer från författaren Voltaires roman, Zadig eller Ödet (publicerad 1747)
7. huvudpersonen Zadig har mycket karisma, modernitet och mod
8. detta märke är först riktat till kvinnor
9. men Zadig & Voltaire kommer sedan att vända sig till män 2004 och sedan till barn 2006



10. märket har också utvecklat sin egen "linje med tillbehör", klockor, väskor och skor
11. 2008 skapar man kollektionen Deluxe
12. är det ett märke som vänder sig mer till folk med mycket pengar?
13. ja, man har en välbärgad kvinnlig och manlig kundkrets
14. barnavdelningen är mindre viktig
15. deras kläder av dubblad kashmir är mycket populära och ofta med en rocksignatur
16. de har många stickade kläder (tyg med maskor) och man gillar att göra personliga versioner med meddelanden som Elvis och Mick eller med dödskallen och ängeln
17. 2006 blir den svenska mannekängen Cécilia Bönström konstnärlig chef för Zadig & Voltaire
18. hon tillsatte sin personliga stil till märket med sina favoritkläder, caracos, blazers och hattar
19. hon har varit gift med Thierry Gillier
20. 2021 gifte sig hennes tvillingsyster Charlotta Bönström med Thierry Gillier



21. trots kritiken mot deras för dyra kläder så har vissa modeller blivit



emblem för märket som t.ex. t-shirten med personlig tunisisk krage, teddy stövlarna eller rockhandväskan

dialogue vêtements

1. tiens, quel beau pull !
2. merci, je l'ai acheté chez Zadig & Voltaire, tu connais ?
3. oui, c'est une marque française de prêt-à-porter qui existe depuis 1997
4. oui et le fondateur de la marque s'appelle Thierry Gillier
5. son arrière grand oncle est le cofondateur de l'entreprise Lacoste
6. Le nom de la marque vient du roman de l'écrivain Voltaire, Zadig ou la Destinée (publié en 1747)
7. le personnage principal, Zadig, a beaucoup de charisme, de modernité et de courage.
8. cette marque est d'abord destinée aux femmes
9. mais Zadig & Voltaire va ensuite s'adresser à l'homme en 2004, puis à l'enfant en 2006
10. La marque a aussi développé sa propre ligne d'accessoires, de montres, sacs et chaussures
11. en 2008 on crée la collection Deluxe.



12. c'est une marque qui s'adresse plus aux gens avec beaucoup d'argent ?
13. oui et on a une clientèle féminine et masculine aisée
14. le rayon enfant est moins important
15. leurs vêtements de cachemire doublé sont très populaires et souvent avec une signature de rock



16. ils ont beaucoup de vêtements tricotés, (tissus de maille) et on aime faire des versions personnalisées avec des messages comme Elvis et Mick, ou avec la tête de mort et l'ange.
17. en 2006 la mannequin suédoise Cécilia Bönström devient la directrice artistique de Zadig & Voltaire.
18. elle a ajouté à la collection sa touche personnelle avec ses vêtements fétiches, les caracos, les blazers et les chapeaux.
19. Elle a été mariée à Thierry Gillier.
20. En 2021 sa soeur jumelle Charlotta Bönström s'est mariée à Thierry Gillier.



21. Malgré la critique de leurs vêtements trop chers certains modèles sont devenus les emblèmes de la marque, comme le T-Shirt à col Tunisien personnalisé, les teddy boots ou la pochette rock.

dialogue vêtements2

1. la marque explique les prix élevés par la délicatesse et l'extrême fragilité de certaines matières employées comme le cachemire plume ou le jersey de lin
2. en 2008, un label de musique indépendant Zadig & Voltaire Music est créé. Une collection de lunettes optiques et solaires est créée un an plus tard.
3. En 2012, Zadig & Voltaire lance le parfum « Tome 1 la pureté » For Her/For Him dont la communication s'appuie sur le concept d'égéries incarnées par Poppy Delevingne et Chris del Moro.
4. La marque Zadig & Voltaire choisit la rive gauche à Saint-Germain-des-Prés en 1996, ce qui donnera l'impulsion.
5. Au cours de ces années 2000, Zadig & Voltaire s'étend à tout le continent asiatique, de la Corée en 2005 à la Chine où la marque ouvre une première boutique. Une implantation qui s'intensifie avec l'ouverture au marché japonais en mars 2006 qui donnera lieu trois ans plus tard à la constitution de la société ZV Japon, filiale à 100 % de ZV France. La marque fait son entrée sur le marché hongkongais en 2008.
6. La marque acquiert rapidement une visibilité à Paris, avant de s'exporter en 2006 au cœur des capitales européennes de Londres à Milan et d'ouvrir en mars de la même année sa première boutique aux États-Unis sur Sunset Boulevard à Los Angeles.
7. En 2009, Zadig et Voltaire s'installe à New York dans le célèbre quartier de Meatpacking, suivront Mercer Street, Bleeker Street et plus récemment Madison.
8. A fin juillet 2018 la société compte 56 établissements (points de vente et entrepôts) dont 15 à Paris.

Polémique

Dans une interview donnée, le 28 septembre 2012, à l'occasion de l'ouverture d'un hôtel à Paris, Thierry Gillier, indiquait qu'il en refuserait l'accès aux touristes chinois. Une polémique à laquelle celui-ci a répondu, en s'excusant auprès de la Chine, qu'il s'agissait d'un malentendu, que le futur hôtel Zadig & Voltaire aurait pour vocation de devenir une adresse confidentielle qui échappe à la standardisation touristique parisienne à travers un état d'esprit hype, rock, exigeant, arty et contemporain.

FAUTE À VOLTAIRE, la mode des petits gavroches !

Mais qui est Voltaire ? Qui est Gavroche ?

Gavroche est le héros du roman "Les Misérables" de Victor Hugo. Par son courage, Gavroche est rapidement devenu l'icône de l'enfant parisien. Il est représenté avec son propre style vestimentaire appelé "Gavroche" avec pantalons larges, casquette et écharpe autour du cou.

Dans la comédie musicale adaptée au roman, Gavroche chante plusieurs chansons. La plus connue La Faute à Voltaire, "Je suis tombé par terre, c'est La Faute à Voltaire. Le nez dans le ruisseau c'est la faute à Rousseau" a inspiré le nom de la marque.

Voltaire est l'un des plus grands écrivains français. Voltaire et Jean-Jacques Rousseau ont beaucoup influencé la littérature française et mondiale. Rousseau est le père du romantisme, et il a écrit entre autres Émile ou de l'Éducation et Les confessions. Voltaire est le plus connu des philosophes des Lumières. Il a écrit Candide ou de l'Optimisme, Micromégas, Zadig et beaucoup d'autres livres.

Ces deux écrivains ont eu tellement d'influences que certaines personnes, surtout parmi les royalistes au XVIIIème siècle les tenaient de responsables des problèmes dans la société. On voulait trouver un bouc émissaire et après la chute de Napoléon arrive la période de la Restauration (on restaure la monarchie). À la messe on accusait la Révolution de tout et selon certains les deux plus grands fautifs étaient Rousseau et Voltaire. La première fois que cette idée a été déclarée c'était le 9 février 1817 dans les églises de Paris et voilà comment est née l'expression « C'est la faute à Voltaire » qui signifie qu'on accuse quelqu'un de tous les problèmes. Dans l'œuvre de Victor Hugo, les Misérables, Gavroche reprend cette phrase et la chante.

Cette marque de vêtements qui habille tous les enfants de **1 à 10 ans** avec des **vêtements évolutifs** et **équitable**s est donc inspirée des héros de la littérature et cinématographie enfantine que tous les Français connaissent et qu'ils adoraient quand ils étaient petits.

Mais la créatrice de cette marque, *Chrystelle MARTIN s'est aussi inspirée par toutes ces séries télé préférées comme Chapeau Melon et Bottes de Cuir, La petite maison dans la prairie, Flashdance, Fame etc. La marque est aussi un peu l'histoire personnelle de Chrystelle MARTIN qui a habité au Vietnam, le pays d'origine de sa mère. Alors forcément, LA FAUTE À VOLTAIRE c'est aussi des vêtements d'inspiration asiatique avec la petite veste réversible mandchoue, la robe veste Tokyo, la tunique Princesse d'Annam, ici c'est tous les classiques de la mode asiatique qui sont re-visités avec les codes de la mode d'aujourd'hui.*

LA FAUTE À VOLTAIRE c'est aussi une philosophie. Tout d'abord, haro sur le gaspillage ! Et oui, vous avez sans doute remarqué que nos enfants grandissent bien plus vite que la taille de nos porte-monnaies ? Alors, un de ses buts, en plus de créer de jolis vêtements, c'est aussi de chercher des solutions pour que chaque vêtement puisse se porter plusieurs années durant. Ainsi notre enfant est libre de ré-inventer sa garde-robe et cette robe adorée ne sera plus perdue après une année mais portée les années suivantes en tunique sur un pantalon ou un legging.

Mais la première ambition de LA FAUTE À VOLTAIRE c'est la volonté de créer un véritable réseau de mamans dynamiques et volontaires et ce depuis la fabrication jusqu'à la distribution. L'aventure en effet commence au Vietnam avec un atelier familial qui emploie (avec de bons salaires) des couturières à domicile parmi les jeunes mamans Vietnamiennes et l'aventure se poursuit en France avec un réseau de mamans dynamiques qui organisent des ventes à leur domicile.