

Retour sur le Cycle des Rencontres de la Mode

11/04/2016



En ce deuxième jour du cycle des rencontres de la mode, les étudiants ont pu rencontrer deux profils très divergents : deux récits tout autant intéressants pour des échanges tout aussi enrichissants – Petite description !

Olivier GAS - Gas Bijoux

L'aventure GAS, c'est d'abord une histoire marseillaise, une histoire de bijoux ensoleillés qui traverse les générations. Une histoire familiale où s'entrecroisent diverses intuitions et inspirations qui font de cette entreprise aujourd'hui une marque de bijoux d'exception. La recette ? Une savante maîtrise tant au niveau du savoir-faire créatif que de la commercialisation. Puisque depuis les années 2000, Oliver et Marie Gas, les enfants, ont rejoint leurs parents et ont su apporter à la marque leur expertise tant au niveau de la direction artistique, du marketing que de la communication. L'aventure GAS c'est donc une aventure avant tout humaine, d'une « tribu » comme il l'appelle, réunie autour d'une même passion.

Eric Ammar - Gilclaude

Les yeux écartés et la curiosité éveillée, l'après-midi changement d'univers et de sujet avec un businessman confirmé. Eric Ammar, c'est des débuts atypiques, un PDG expérimenté mais surtout un passionné. Avec lui, on ne parle pas de mode mais de textile, pas de marque mais de grande distribution, pas d'ateliers mais

d'usines de production. Le récit d'Eric Ammar est simplement fascinant : circuit de distribution, coût de revient, internationalisation ou encore segmentation, au travers de son entreprise Gil Claude, ce dirigeant nous a livré les coulisses du monde de l'habillement mais également sa propre vision sur ce segment.

Méliné Jamakorzian, étudiante en 1ère année Master Métiers de la Mode et du Textile-

Troisième et dernier jours du cycle des rencontres de la Mode. nous avons pour l'occasion clôturé cet évènement avec les interventions de Daniel Richard actuel dirigeant de la marque provençale Souleiado et Gildas Minvielle, directeur de l'Observatoire économique de l'IFM.

Daniel RICHARD – Souleiado

C'est avec poésie que nous avons commencé la journée en compagnie de Daniel Richard. Un homme qui a accumulé beaucoup d'expérience et qui a captivé notre attention pendant deux heures avec ses récits. Après nous avoir retracé son parcours, de l'ingénierie civile aux 3Suissees et Sephora, Daniel Richard nous explique comment charmé et attaché à cet art de vivre provençal, il en est arrivé à racheter l'entreprise Souleiado.

En parallèle, il fut président bénévole du WWF France, cela a enclin et conforté ses idées selon lesquelles le sens des choses est beaucoup plus important dû à l'écologie. Selon lui, l'écologie est une lourde responsabilité et pas forcément triste, il pense aussi que la musique est le seul élément fédérateur de lien forts entre les hommes. Sur cette vague, il remplace son ancien ami en prenant place sur Radio Nova.

Pour nous illustrer l'ADN de la marque, Daniel Richard nous a donné la signification du nom. En provençal, « souleiado » en provençal c'est le moment précis où le soleil apparaît pendant ou après un orage, c'est une soleillade. Née à Avignon, Souleiado est donc une marque où dialoguent art de vivre provençal, histoire et métissage au travers de vêtements et convictions auxquelles Daniel Richard croit.

Pour créer, c'est l'intuition qu'il faut suivre et non les cahiers de tendances, selon lui, Souleiado ce sont des vêtements rebelles aux imprimés culturels, traditionnels, sociaux et respect du produit. La marque noue un lien affectif avec ses clients avec des matières naturelles, vêtements que l'on portera pour des évènements spéciaux à connotation heureuse. La Joie, une valeur récurrente dans cet art de vivre provençal où mélange, métissage, couleurs et intemporalité vont de pair.

Cette petite société familiale dirigée par Daniel Richard et son fils ce sont aussi 400 produits par an, mais aussi une offre diversifiée de parfums, cosmétiques, art de la table en cohérence avec l'esprit et valeurs des lignes de prêt-à-porter.

Pour conclure, Daniel Richard a tenu à nous rappeler que « nous qui travaillons dans la Mode, sommes des créateurs de réalité, c'est offrir au client la possibilité de se créer et non pas essayer d'habiller les gens de la même façon, selon lui le rôle de la mode est d'encren la réalité à travers la liberté de choix, de sentiments, émotions de la cliente. »

Gildas Minvielle – IFM

Aujourd'hui, Gildas Minvielle dirige l'observatoire économique de l'Institut Français de la Mode. Présidé par Pierre Bergé, l'IFM c'est un établissement qui depuis 30 ans opère un travail complet autour de la mode. En plus d'observatoires, on retrouve un cycle histoire de formation management, mode, design, luxe à côté de quoi on retrouve des MBA, summer school et cycles de création.

En explorant un panorama du E-Commerce de la mode, la conférence avait pour but de restituer un certain nombre d'informations comme les fonctions du téléphone en tant que nouvel outil du quotidien et compagnon d'achat. La révolution mobile, un dynamisme fulgurant, avec de forts changement des habitudes de consommations et des problématiques sur l'avenir. Après avoir effectué un petit échantillonnage dans la salle

de celles et ceux qui pratiquent déjà l'achat sur mobile, il a retracé les évolutions du commerce en France depuis XIXème siècle. Gildas Minvielle a notamment apporté des renseignements sur les mutations des acteurs du commerce en ligne et de la distribution de l'habillement. En partageant son regard sur l'économie internationale du textile, nous en sommes venus à observer les refontes des canaux de distribution notamment sur le net et les futures opportunités du marché.