

# Revue de Presse Made in France

Contact : [info@semioconsult.com](mailto:info@semioconsult.com)

## LUXE

*Avril 2020 - Octobre 2020*



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

[www.semioconsult.com](http://www.semioconsult.com)

# Dior signe une planche de surf ultraluxe

Alexandra Beloousova  
Le 30 juin 2020



L'artiste américain Shawn Stussy imagine la première planche de surf de la maison Dior.  
Photo presse / Dior

Dior donne naissance à une planche de surf imaginée en collaboration avec le mythique surfeur californien, Shawn Stüssy. Fabriquée en France, elle n'est disponible qu'en 100 exemplaires.

Après avoir présenté un scooter de luxe en collaboration avec la marque italienne Vespa, Dior s'attaque aux sports de glisse, et plus particulièrement au surf en imaginant une planche aux couleurs de la maison. Kim Jones, directeur artistique des collections homme de Dior, a fait appel au mythique surfeur californien Shawn Stüssy.

C'est à la suite d'une première collaboration dévoilée lors du défilé pre-fall 2020 à Miami, que le créateur a souhaité renouveler l'expérience avec le fondateur de la marque de vêtements et d'accessoires, Stüssy. Le sportif replonge ainsi dans sa passion première en créant à la main les dessins qui décorent l'objet. Un savoir-faire que l'artiste américain a acquis en fabricant ses planches lui-même lorsqu'il était surfeur. «Épurées, ses courbes s'allient à un graphisme recherché et aux couleurs subtiles de la maison, une sobriété élégante en mouvement faite pour danser sur l'océan...», a-t-il confié au sujet de ses créations posées sur des planches taillées pour une conduite douce et facile. Ornée de la signature Dior en lettres noires et de l'iconique abeille revisitée, la planche rappelle les codes du défilé pre-fall 2020 à Miami, avec ses graffitis et ses couleurs pastel.

L'objet d'exception est fabriqué en France. Façonnée à La Rochelle, la planche de surf a nécessité près de 72 heures de travail, et sera disponible en série très limitée : à savoir, 100 exemplaires, pour un prix non communiqué encore.

Lien : <https://madame.lefigaro.fr/style/dior-devoile-sa-planche-de-surf-ultra-mode-avec-shawn-stussy-300620-181512>

# Eure : Terry commercialise des pochettes de veste made in France

Terry Dauvier-Thibault a lancé sa gamme de pochettes de veste haut de gamme entièrement fabriquées en France. Une première collection pour ce jeune homme plein d'ambition.



Synonyme de décontracté chic, les pochettes séduisent un public masculin en recherche d'élégance. Terry, lui, a opté pour le bleu canard. (©Fr.L)  
Par [François Lefebvre](#) Publié le 23 Août 20 à 9:00

« Je n'avais jamais vraiment connu le stress, je commence à vraiment le sentir. Il y a un côté épuisant mais c'est une super aventure. »

À 20 ans, **Terry Dauvier-Thibault** se lance dans l'aventure de l'entrepreneuriat. Depuis le 17 août 2020, cet étudiant en DUT Techniques de commercialisation propose à la vente des **pochettes de veste** entièrement made in France.

Les pochettes ? Ce sont ces accessoires haut de gamme qui signent l'élégance masculine sur une veste.

Synonyme de décontracté chic, de dandysme, elles étaient jusqu'à présent produites à l'étranger. « Je me suis rapidement rendu compte qu'il n'existait pas de production française, on en trouve fabriquées en Italie, c'est tout. C'est d'autant plus dommage que notre région dispose d'un savoir-faire dans le luxe, je pense notamment à la maroquinerie. »

Ce défi, le jeune homme l'a relevé à la suite d'une rencontre inspirante :

J'ai un ami dans le textile, il commercialise des carrés de soie pour les femmes. Je portais déjà des pochettes et quand il m'a montré les chutes de tissu, je me suis immédiatement intéressé à ce produit. »

### **Du patriotisme économique**

L'idée du Bernayen était simple : rassembler les talents régionaux, produire le plus possible en France. Du patriotisme économique en somme, dans le luxe de surcroît. Un secteur que la France a toujours occupé depuis Colbert.

Le concept, Terry l'a développé pendant le confinement. Il a démarché les fournisseurs de tissu, trouvé une brodeuse implantée à Caen.

La soie est un produit historiquement extrait, tissé et teint en région lyonnaise. Notre Bernayen la rachète puis la coupe à l'aide d'une petite roulette, un travail très délicat.

Le détail compte et j'y travaille depuis trois mois à temps plein. »

« Même pour les instruments de découpe, nous utilisons des fournisseurs français », revendique l'entrepreneur. Cette production voulue dans l'Hexagone, est dans l'air du temps.

« On s'en est rendu compte avec la crise de la covid qu'il était nécessaire de produire localement. Nous avons la possibilité de répondre à un marché, alors pourquoi le faire en Italie ? »

### **Feuille de chêne**

Pour rendre identifiable la marque, Terry a fait broder une **feuille de chêne**. Pourquoi cet arbre ? Car il est un symbole dans de nombreuses civilisations. Sur nos pièces de monnaie, il incarne la stabilité. « Puissance, longévité », égraine Terry. Autant de valeurs qui touchent un public masculin. « **Maison conquérant** [le nom de la marque, N.D.L.R.], c'est bien sûr un rappel à Guillaume le Conquérant. »

Avant d'entreprendre, Terry a réalisé une étude de marché : un questionnaire diffusé auprès d'environ 200 clients potentiels. « Cela nous a aiguillés. » Pour limiter les frais, il a choisi la méthode des préventes en lignes. Une réservation qui permet de financer rapidement les commandes.

J'ai rencontré beaucoup de gens de très bons conseils. Je ne me suis pas fait passer pour un client. J'ai dit que je lançais ma marque et j'ai été très bien accueilli. J'étais novice dans les tissus et face à des personnes qui sont dans la broderie depuis des années, il faut les faire adhérer au projet. J'ai dû aussi me documenter, faire comprendre ce que je voulais.

Par exemple les contours, on appelle cela des roulottés. C'est beaucoup de fiches produits à consulter. »

### **Réseaux sociaux**

Pour ce qui est du marketing, Terry passe par les [réseaux sociaux](#). À grand renfort de photos et de vidéos. Mais pas seulement.

J'ai envoyé quelques pochettes à des ambassadeurs, notamment un parisien très dandy. Je préfère commencer cette collection simple mais proposer ce qu'il y a de mieux avant de proposer des gammes plus élaborées, des imprimés ou des peintures sur soie. »

Enfin, un ami incarne la marque visuellement : « Il porte des pochettes tout le temps. Nous l'avons shooté dans deux hôtels cinq étoiles. »

Pour l'heure, il n'est question que d'une **vente directe via le site internet**. « Quand on aura créé du stock, nous chercherons des revendeurs. » Les préventes ont ouvert le 17 août à un prix spécial de 55 €. « Pendant deux semaines, nous proposerons la réservation. Enfin, en septembre 2020, nous lancerons la production. »

Les amateurs d'élégance auront six couleurs à choisir : le blanc lys, le bleu canard et le noir charbon pour le conventionnel. Plus original et détonnant, le violet quetsche, le rose glacé et l'orange ardent. Six autres couleurs compléteront l'année suivante.

Il y a ceux qui délaissent la cravate et recherchent un peu d'élégance et de détente. « Beaucoup de salariés adoptent une tenue plus décontractée le vendredi dans les entreprises, et c'est une touche qui peut signaler l'originalité. »

[Les pochettes de veste sont à réserver sur le site maison-](#)

Lien : [https://actu.fr/normandie/bernay\\_27056/bernay-il-commercialise-des-pochettes-de-veste-made-in-france\\_35649664.html](https://actu.fr/normandie/bernay_27056/bernay-il-commercialise-des-pochettes-de-veste-made-in-france_35649664.html)