

Tendances 2007



MODES & INDUSTRIES VESTIMENTAIRES

A l'image du succès de la marque de vêtements American Apparel, les consommateurs sont très à l'écoute de nouveaux discours engagés du point de vue social ou écologique. La marque utilise en effet du coton biologique et a installé ses sites de production aux Etats-Unis, à contre-courant de LA TENDANCE actuelle de délocalisation de la production en Chine ou en Asie du sud-est. Mixée avec une image très décalée, American Apparel, portée par un patron très charismatique, vend une éthique sans se prendre [trop] au sérieux. En termes d'image et de communication, mieux vaut en effet à l'avenir faire de son entreprise un exemple d'adaptation positive à la mondialisation. Les créateurs des entreprises de demain doivent réinventer l'éthique et le biologique, sans être ringard, savoir rendre sexy une production éventuelle *made in France*, et surtout revaloriser l'humain dans un contexte industriel et mondialisé.

Il faut également savoir mettre en avant la personnalité du créateur et valoriser ses convictions, tout en maintenant une cohérence des valeurs entre le fondateur, le fonctionnement de l'entreprise et les produits et services proposés. Le client adhère ensuite au discours d'autant plus facilement que l'énergie dégagée est sincère. De nombreux patrons stars [Bill Gates, Warren Buffet, Steve Jobs, Richard Branson] n'hésitent pas à s'afficher pour promouvoir leurs entreprises... mais aussi leurs convictions. A tel point que l'on peut se demander si le business ne deviendrait pas un nouveau lieu politique ? En tous cas, leurs attitudes peuvent permettre de réconcilier politique et économique !